

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN



EL LENGUAJE VULGAR DE LOS LOCUTORES Y PERIODISTAS, Y SU INFLUENCIA EN LA EDUCACIÓN LINGÜÍSTICA DE LOS OYENTES DE LAS RADIOEMISORAS DE LA PROVINCIA DE SAN ROMÁN – PUNO – 2006

Tesis presentada por el Bachiller:

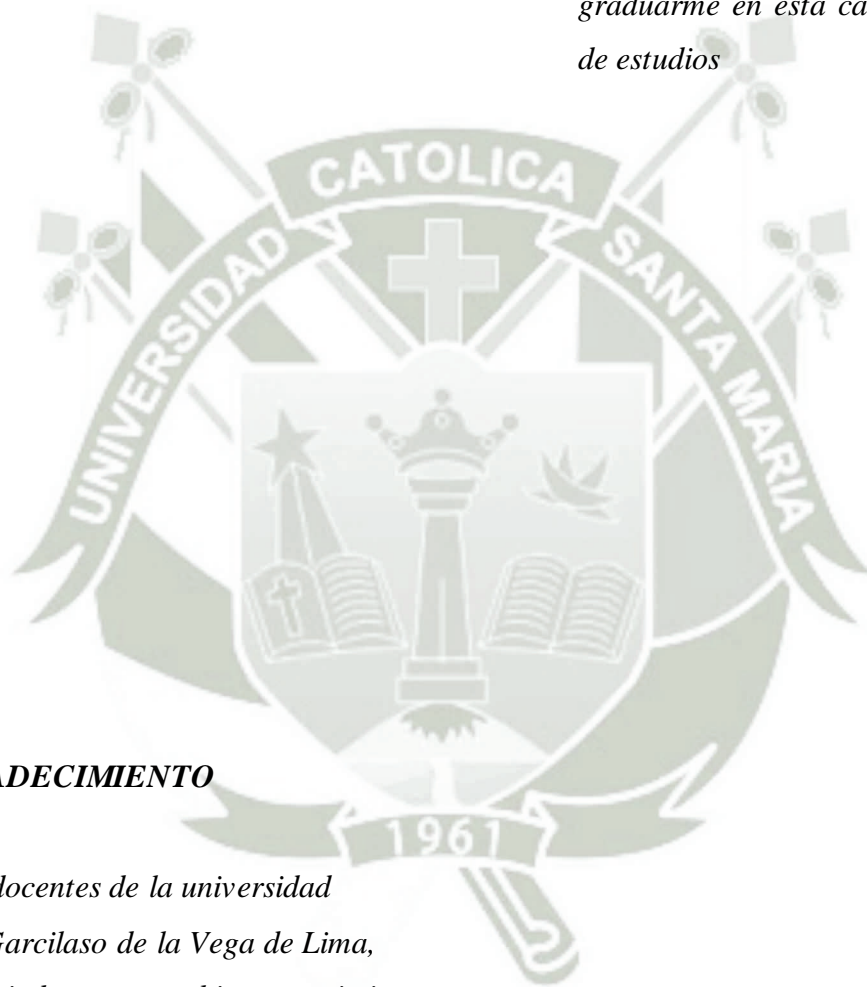
BALVINO ARIAS QUISPE

**Para optar el Grado Académico de
Magíster en Gestión de la Educación.**

**Arequipa – Perú
2007**

RECONOCIMIENTO

Mi reconocimiento profundo a la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, por haberme dado la oportunidad de graduarme en esta casa superior de estudios



AGRADECIMIENTO

*A los docentes de la universidad
Inca Garcilaso de la Vega de Lima,
por brindarme sus sabios conocimientos
y así elevar mi calidad profesional al servicio del pueblo..*

DEDICATORIA

A la Asociación Nacional de Periodistas del Perú, filial Juliaca; a mi familia que no cesó en apoyarme y, a los desposeídos del mundo que luchan por una sociedad justa.



ÍNDICE

PORTADA

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

ÍNDICE

RESÚMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad	13
1.1. Definición del Problema	16
1.2. Justificación del Estudio	16
1.3. Importancia de la Investigación	18
1.4. Alcances y limitaciones	19
1.5. Objetivo General de la investigación	20
1.6. Hipótesis General de la Investigación	20

CAPÍTULO II

FUNDAMENTO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Base y superestructura.	22
2.1.1. Interrelaciones entre Base y Superestructura	23
2.1.2. Formaciones socioeconómicas de la historia del Perú.	24
2.2. Nuevas concepciones sobre la sociedad con el Materialismo Histórico	25
2.3. La Globalización y el Neoliberalismo.	27
2.3.1. El neoliberalismo en el Perú	29
2.3.2. Los medios de comunicación social en la globalización	32
2.3.3. La educación en la globalización	32
2.4. Cultura y lingüística	33
2.4.1. Cultura	33
2.4.2. Lingüística	35
2.5. Marco conceptual.	37

CAPÍTULO III

EDUCACIÓN, SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1. La Educación	41
3.1.1. Función de la educación	41
3.1.1. Educación espontánea	42
3.1.2. Educación y globalización	43
3.2. La sociedad	44
3.2.1. Función educadora de la sociedad	44
3.2.2. Relaciones principales entre educación y sociedad	45
3.3. Los medios de comunicación social	46
3.3.1. Características de los medios de comunicación social	47
3.3.2. Clasificación de los medios de comunicación social	48
3.3.3. Función de los medios de comunicación social	48

3.3.4. Importancia de los medios de comunicación social	50
3.3.5. Principales medios de comunicación social	52
3.3.5.1. La radio	52
3.3.5.2. La televisión	56
3.3.5.3. La prensa	57
3.3.5.4. El cine	57

CAPÍTULO IV

LOS COMUNICADORES SOCIALES Y EL USO DEL LENGUAJE VULGAR

4.1. El locutor	58
4.2. El periodista	59
4.3. El periodismo	60
4.4. Prensa y periodismo	62
4.5. El lenguaje de los locutores y periodista	65
4.5.1. El lenguaje radiofónico	65
4.5.2. La palabra	66
4.5.3. La lengua y sus variables	66
4.5.3.1. Variedades Sociales o Diastráticas	67
a) Nivel Culto	68
b) Nivel Medio	68
c) Nivel Informal o coloquial	69
d) Nivel vulgar	69
1. Las incorrecciones más frecuentes en el plano fónico	70
2. Las incorrecciones más frecuentes en el plano morfológico	70
3. Las incorrecciones más frecuentes en el plano sintáctico	71
4. Las incorrecciones más frecuentes en plano léxico semántico	71
4.5.3.2. Variedades Geográficas o Diatópicas	74
4.5.3.3. Variedades Históricas o Diacrónicas	74
4.5.3.4. Variedades de Situación o Diafásicas	75

CAPÍTULO V

DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. Método y Diseño de investigación	76
5.1.1. Método de investigación	76
5.1.2. Tipo de investigación	76
5.1.3. Nivel de investigación	76
5.1.4. Diseño de investigación	77
5.2. Operacionalización de las variables	77
5.2.1. Variable independiente	78
5.2.2. Variable dependiente	79
5.3. Población y muestra de estudio	80
5.3.1. Población	80
5.3.2. Muestra	80
5.4. Técnicas e instrumentos	83
5.4.1. Técnica	83
5.4.2. Instrumentos	83

CAPÍTULO VI

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL NIVEL DE INFLUENCIA DEL LENGUAJE VULGAR

Objetivo General	84
Objetivo Específico 1	88
Objetivo específico 2	93
Objetivo Específico 3	96
Objetivo Específico 4	98
Objetivo Específico 5	100
Comprobación de las hipótesis de trabajo	104

CONCLUSIONES	105
SUGERENCIAS	109
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS	



RESUMEN

Se realizó el presente trabajo de investigación con el objetivo de determinar el nivel de influencia del lenguaje vulgar de los locutores y periodistas, en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román-Puno-2006.

Se procesaron 383 encuestas de los radioyentes de Juliaca (92.99%), Caracoto (2.83%), Cabanillas (2.21%) y Cabana (1.96%) 27 comunicadores sociales, para identificar las palabras y frases vulgares; además de las encuestas, se ha llevado una ficha de registro y una grabación en cinta magnetofónica de las mismas, emitidas desde los micrófonos de las radios. Se encuestó asimismo, a 18 administradores de las radioemisoras más importantes para saber la forma de selección de sus comunicadores sociales.

Se identificaron las palabras y frases vulgares emitidas por los locutores y periodistas que, los oyentes han aprendido y las reproducen en su comunicación diaria, como si fueran palabras normales. Las incorrecciones lingüísticas más comunes son en el plano fónico en su gran mayoría, luego en el plano morfológico, en seguida en el sintáctico y después, en el plano léxico semántico.

Se concluye que, el lenguaje vulgar de los locutores y periodistas, influye negativamente en un 17 % en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román. Los locutores improvisados y sin

estudios superiores de los programas musicales, son los que más incurren en las incorrecciones lingüísticas. Entre los programas musicales se encuentran los folklóricos, “chichas”, “tekno huayños” y “tekno cumbias”. Estos programas salen en horarios del amanecer y al atardecer de lunes a viernes; asimismo, los locutores de programas informativos que salen en las mañanas de los días sábados y domingos en espacios comprados a veces por algún municipio del departamento u otra entidad, con la finalidad de levantar la imagen de algún alcalde, publicitar o propagandizar algún producto. Estos comunicadores sociales, fueron mal seleccionados por los administradores de las casas radiales, sin tener en cuenta su preparación académica, ni lingüística, sino, simplemente captar mayores ingresos económicos, al vender los espacios radiales al mejor postor.



INTRODUCCIÓN

SEÑOR PRESIDENTE Y SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo determinar qué nivel de influencia ejerce el lenguaje vulgar de los locutores y periodistas en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román- Puno-2006. Ciertamente las palabras y frases que vierten los comunicadores sociales influyen de manera espontánea en la colectividad de esta parte del altiplano. Ese nivel de influencia puede ser positivo, puede comportarse de manera normal o ser negativo para la educación lingüística de los radioyentes.

En la investigación se utilizó el tipo de investigación básico, nivel descriptivo y explicativo y, el diseño aplicado fue el no experimental: descriptivo- explicativo. La técnica empleada fue la encuesta con su instrumento el cuestionario, aplicado a los comunicadores sociales, a los oyentes de la radio y a los administradores de la esta empresas radiodifusoras en cuanto tienen que ver en la selección de su personal.

La investigación consta de seis capítulos armónicamente relacionados desde el punto de vista teórico, puesto que el trabajo es de carácter descriptivo. En el capítulo I, se incluye el planteamiento del problema, se formulan los objetivos, las hipótesis. En el capítulo II, se bosqueja un marco teórico-científico, en que se relacionan la base material con la superestructura social, considerada en ésta la educación donde está su preparación lingüística de los locutores y periodistas, y los oyentes como producto de su base material también son receptores fáciles de los

vulgarismos que emiten los que utilizan los micrófonos de la radio. En el capítulo III, se habla sobre la educación, sociedad y los medios de comunicación social; en el capítulo IV, se considera temas de mayor profundidad que son el uso del lenguaje vulgar de los comunicadores sociales; en el capítulo V, el diseño metodológico, la operacionalización de las variables, la población de estudio, la muestra y los instrumentos aplicados para la obtención de los resultados; y finalmente en el capítulo VI, está la presentación y análisis de resultados.

Los aportes principales de este trabajo de investigación deben servir para la mejora del lenguaje de los locutores y periodistas radiales y a los administradores de las radioemisoras para que, conociendo las incorrecciones de la lengua española que se emiten desde sus estaciones radiales, puedan seleccionar mejor a sus productores de programas y así contribuir en la buena educación lingüística de los radioyentes.

En realidad, el tema de investigación, es de carácter periodístico sociolingüístico. El periodista no solo es el informador, el comentarista, el crítico sino también; es el ejemplo del buen uso del idioma para elevar el nivel cultural de las masas. Para el periodista, el lenguaje es su herramienta de trabajo; por ello, es un técnico más que un literato. Está claro que el lenguaje es de la comunidad donde se habla sin reglas, pero no por eso el comunicador social debe hablar como sea, para eso está la Real Academia Española que no impone sino legaliza.

Un trabajo de esta naturaleza, estoy seguro que no es completo y quizás adolezca de muchos aspectos, éstas limitaciones es exclusiva responsabilidad del ejecutor; sin embargo, esperando que el presente trabajo cuente con los mínimos requisitos para la sustentación oral, pues, pongo a consideración del jurado examinador de esta tesis, y pueda conducir al suscrito a optar el grado de Magíster en Gestión Educativa, en esta prestigiosa escuela de postgrado de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa.

Balvino Arias Quispe

II

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD

En los tiempos actuales, los medios de comunicación social, cobran cada vez mayor importancia que la propia escuela como institución. La educación como fenómeno social, es reflejo de su base económica, y su misión es la formación integral de la persona humana; en este sentido, las radioemisoras, están cumpliendo la función de educar, informar, orientar y entretener a la población; sin embargo, los aspectos educativos dependen de la calidad de programas y fundamentalmente de quién lo emite.

En las ciudades de la región Puno, hay varias radioemisoras, canales de televisión y esporádicas producciones de prensa; la mayoría de estos, centralizados en las ciudades de Puno y Juliaca. Particularmente, en la ciudad de Juliaca perteneciente a la provincia de San Román, en la actualidad existen 62 radioemisoras (16 AM y 46 FM) y 15 canales de televisión, que emiten distintos tipos de programas como: informativos, musicales, deportivos y de entretenimiento; pero no tienen programas de carácter educativo que ayude a la tarea educativa de la escuela. Los escasos programas de carácter educativo que se emiten en cortos periodos, son los producidos en RADIO por parte de algunos clubes de periodismo escolar, dirigidos por un profesor de Lengua y Literatura o comunicación; por esa razón, los

contenidos y el lenguaje utilizados son mejor elaborados, que aquellos que se hacen improvisadamente.

Los programas de carácter educativo que se escuchan en la provincia de San Román, aparte de los ya mencionados, son los provenientes de la capital de la república; como Radio Programas del Perú, emisora que se proyecta a la sociedad con programas educativos que contribuyen a la tarea educativa y esos espacios dignos de mencionar son: “Los que más saben” y “Era Tabú”.

Nuestra preocupación fundamental es este trabajo de investigación es la parte de la educación lingüística, que se produce al entrar en contacto entre los oyentes y los comunicadores sociales de los medios de comunicación social masiva, en particular de la RADIO, que por estar muy cerca de las personas, contribuyen en la buena formación o mala formación lingüística en los oyentes.

Desde las tres de la madrugada en que comienzan a funcionar los radios, hasta las diez de la noche en que cierran sus programas, los comunicadores sociales de los radios, transmiten palabras cuyos mensajes quedan como grapas en las mentes de las personas. La mayoría de estos hombres del micrófono son improvisados que van en contra de la alta misión formadora a través de la palabra; ellos, antes de ser seleccionados para cumplir la función educadora de la radio, fueron escogidos para captar mayores ingresos económicos del propietario muy lejos de la formación lingüística de los niños, adolescentes y ciudadanía en general escuchante.

La radio, como otros medios, maneja la opinión pública a través de estos comunicadores sociales que en la práctica son políticos en acción, que desde esas estaciones radiales emiten a través de la palabra: conocimientos, valores y formas de convivencia. Ellos como maestros también hacen docencia. Los comunicadores radiales de la ciudad de Juliaca, en su gran mayoría locutores improvisados y en menor cantidad periodistas prácticos, que están más tiempo en los espacios radiales se expresan mal, en su lenguaje se detectan numerosas desviaciones de las normas de corrección. Esta mala emisión lingüística, llamado lenguaje vulgar, repercute en la

población oyente; quienes repiten lo mismo que escuchan en la radio. Esto es constatable en las calles, en las unidades de transporte urbano, en las plazas y es más, los escolares repiten lo mismo. Todo este mal aprendizaje va en contra de la gramática normativa, que como disciplina educativa, recomienda sólo formas cultas, que son las que emplean las personas de buena educación idiomática.

Las palabras y frases vulgares que se escuchan de las voces de los locutores y periodistas desde las estaciones radiales de Juliaca, son en los programas de música “chicha”, “tekno cumbia”, “tekno huayno” y en los programas de carácter informativo de alguna institución que alquiló un espacio radial. Algunas palabras o frases emitidas por los comunicadores sociales son por ejemplo: cinco horas **de la mañana**, en lugar de cinco horas; cinco horas de la tarde, en lugar de diecisiete horas; ciudad rosada **de Lampa**, en lugar de ciudad rosada y nada más, salvo para reafirmarla decir ciudad rosada. Lampa; ciudad blanca **de Arequipa**, cuando debe decirse, Ciudad Blanca o decir Ciudad Blanca. Arequipa para reafirmarla; Ciudad Chirihuana **de Huancané** en lugar de ciudad Chirihuana; la capital **folklórica de Puno**, cuando debe decirse capital del folklore, Puno; ciudad lacustre **de Puno**, en lugar de ciudad lacustre, Puno; capital arqueológica **del Cusco**; en allá, en acá, la tema musical, la programa, señorita Lourdes, doña Flores, el río Ramis colapsa, concretiza en lugar de concreta, levantamiento del cadáver fallecido, vienen haciendo lo mejor que le **parezca**; el concurso de Historia, **la misma** que se llevará a cabo el día..., entre muchas otras que corresponden al lenguaje vulgar. Asimismo, la falta del conocimiento científico de las materias, les ha llevado a malinterpretar los fenómenos sociales y naturales, conduciendo a la alienación; dicen por ejemplo, que la política es sucia, cuando como ciencia no puede ser sucia, salvo si se refiere a una persona; en Química por ejemplo, la dinamita destruye o mata, no por eso la Química sea sucia, sino más bien la persona quien la utiliza; y es más, por la deficiente preparación escolar, incurren en la falta de la ética periodística.

Estas incorrecciones lingüísticas, son expresadas principalmente por los locutores y periodistas que no tienen preparación académica, se les escuchan en horas de la madrugada y en las tardes, y con mayor incidencia los días sábados y

domingos donde las radios son invadidas por las personas que compran espacios radiales a nombre de un municipio distrital o persona particular con fines de hacer propaganda de algún producto o publicidad para persuadir al público. Utilizan estos espacios sin ningún libreto preparado, insultan a sus oponentes, aclaran cuestiones personales, lanzan calumnias, injurias que no forman la personalidad humana, sino la deforman. Dichos mensajes lingüísticos incluido los vulgarismos, influyen en la educación de las personas, las palabras y frases mal expresadas emitidas desde los micrófonos de la radio, llegan a miles y miles de personas que, con la frecuencia con que oyen, los radioescuchas aprenden esas palabras y, luego las reproducen en sus comunicaciones diarias como si fueran correctas. No se refiere a formas lingüísticas regionales, sino, son expresiones incorrectas, producto de la mala preparación lingüística de los emisores de la palabra, que la gente de buena preparación idiomática, observa y lucha por corregir desde los escenarios académicos universitarios, en los centros de educación superior no universitaria, incluso desde los colegios de educación secundaria; claro está, que los locutores y periodistas de la ciudad de Juliaca, son en su mayoría bilingües que tienen por lengua materna el quechua o el aymara; pero eso no justifica la emisión de vulgaridades, puesto que hay comunicadores sociales que sabiendo muchas lenguas tienen un lenguaje coordinado.

1.1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

De la descripción de la realidad planteada, hacemos la siguiente interrogante:

¿Qué nivel de influencia ejerce el lenguaje vulgar de los locutores y periodistas en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román - Puno- 2006?

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

“La radio es uno de los medios más importantes de los medios de comunicación de masas. Es un canal de comunicación personal, aún íntima. Le trae

el locutor a su cuarto, quien le habla como si estuviera en persona. Las características de la radio son:

- a) Al exigir la imaginación del oyente para complementar su impresión consigue a menudo una mayor identificación del oyente con el mensaje.
- b) La radio permite a la gente la libertad de proseguir sus otras actividades tales como gerencial, empresarial, direccional, etc.
- c) La comunicación de noticias y música, ahora predominante, facilita a los oyentes una difusión de noticias a lo largo de las 24 horas del día.
- d) La radio tiene la particularidad de ofrecer noticias sobre acontecimientos planeados de antemano.
- e) Su información es inmediata, a diferencia con el periódico”.¹

La radio ejerce una poderosa fuerza de educación espontánea en la población, y con esa fuerza, de manera involuntaria, los oyentes asimilan los mensajes hablados desde la radio; sin embargo, la tarea de educar está siendo soslayada debido a que no es rentable, puesto que estas radioemisoras por ser privadas, están destinadas a captar mayores recursos económicos; de allí que hay poco interés de llevar programas con calidad educativa con comunicadores sociales que manejen el lenguaje culto o nivel medio y no el lenguaje vulgar. Como la radio es una empresa comercial, también sus locutores y periodistas obedecen a ese propósito, no importándoles a los dueños o sus administradores tener comunicadores sociales bien preparados académicamente.

Sobre el tipo de trabajo de investigación presente, no existen en las ciudades de Puno y Juliaca, en todo caso, el informe final de esta investigación, contribuirá a subsanar primigeniamente el vacío existente, para que a partir de la difusión de la conclusiones, los propietarios de las empresas radiodifusoras manejen su empresa con profesionalismo y con responsabilidad, puesto que la palabra desde la radio tiene un alto nivel de educatividad y los comunicadores sociales conociendo su alta responsabilidad pedagógica, superen sus deficiencias lingüísticas en las poblaciones

¹ PERALTILLA GARCÍA, Rogelio y otros. Comunicación, Estudio y Didáctica, UNSA, Arequipa, Pág.9

de la provincia de San Román, y ser prósperos no sólo en el comercio, sino también en el buen manejo del español.

1.3. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

En mi condición de periodista en ejercicio en la ciudad de Juliaca y también ser docente de la especialidad de Ciencias Sociales, me ha permitido constatar que los comunicadores sociales cometen una serie de vulgarismos en varios aspectos de la lengua española, dichas palabras o frases vulgares son asimiladas y repetidas como correctas por los oyentes, las que son comprobables en las calles y centros escolares.

Las comunicaciones radiales que son emitidas por locutores improvisados y algunos periodistas prácticos, carecen de un buen manejo de la lengua española. Los radioescuchas que son hombres y mujeres de toda edad y en especial los escolares, aprenden el lenguaje articulado mal pronunciado y mal construido sintácticamente, y luego son reproducidos, contraviniendo toda norma que advierte el empleo de una buena educación idiomática.

La importancia que tiene esta investigación es que, las conclusiones de este trabajo, sirvan para difundir a la opinión pública, para superar las deficiencias lingüísticas y el buen manejo de la radio como medio de comunicación social. En este entender, es importante por lo siguiente: Primero, que los conductores de las radioemisoras (dueños y/o administradores) seleccionen cuidadosamente a sus comunicadores sociales que son los locutores y periodistas, priorizando su educación y no solamente su rentabilidad. La buena selección implica no improvisar cualquier joven o señorita para que conduzca un programa radial, sino, sea aquella persona con preparación académica que implica también tener buena preparación en la expresión oral del español, para la producción de un programa de calidad; y segundo, que los pretendientes a la locución radial, antes de asumir la conducción de un programa radial, estén capacitados lingüísticamente para emitir esos códigos a la opinión pública, puesto que hablando desde los micrófonos de una estación radial, influirán

con su lenguaje en la colectividad, principalmente niños y jóvenes que están en proceso de su buena formación lingüística.

De manera que, la intención de investigar este tema, no es de carácter de profundidad lingüística sino, más bien es de carácter **periodístico-sociolingüístico**, producido entre el emisor de las palabras desde las estaciones radiales y su influencia en los oyentes en la provincia de San Román.

1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES

1.4.1. **Alcances.-** Los resultados de la investigación, deben llegar primero a los comunicadores sociales: locutores y periodistas radiales, para que no incurran en emitir palabras o frases vulgares que se han precisado en este informe, que van en contra la buena educación lingüística de los oyentes, que captan espontáneamente las palabras de los locutores y periodistas y, lo repiten en su comunicación diaria como normales. Los periodistas de los 15 canales de televisión, también asuman esa responsabilidad de educar con su buen lenguaje, puesto que la gran mayoría de ellos ejercen también la tarea periodista en las radioemisoras de Juliaca. Asimismo, tendrá alcance a los administradores de las estaciones radiales para que seleccionen bien su personal y así producir programas de calidad, y finalmente, los beneficiarios sean los miles de oyentes.

1.4.2. **Limitaciones.-** Una de las limitaciones más grandes que tuvimos, fue que los pobladores encuestados, no sabían con claridad el significado de **vulgar**, y el hecho de aclararles, pudo haberles causado manipulación o inducción de las respuestas. La idea común de vulgar es el que habla lisuras, insultos o groserías. Otra limitación fue la reticencia con que se manifestaron tanto los periodistas como los administradores de las radioemisoras, entendiendo que las preguntas de las encuestas y de las entrevistas sobre el tema, constituían asuntos de manejo secreto, privado, y no público; y finalmente, los escasos

estudios sobre el tema en la región Puno, lo que nos ha permitido indagar en un terreno nuevo; por lo que hemos tomado como modelo o patrón para el análisis de nuestro trabajo de investigación, las experiencias de los vulgarismos estudiados en España.

1.5. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de influencia del lenguaje vulgar de los locutores y periodistas, en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román –Puno-2006.

1.5.1. Los objetivos específicos:

- 1.5.1.1. Identificar las palabras y frases vulgares emitidas por los locutores y periodistas radiales y repetidas por los oyentes
- 1.5.1.2. Determinar el nivel académico de los locutores y periodistas
- 1.5.1.3. Identificar el tipo de comunicadores sociales que emiten con frecuencia las palabras vulgares
- 1.5.1.4. Identificar los tipos de programas radiales donde se manifiestan más el lenguaje vulgar.
- 1.5.1.5. Determinar la forma de selección y control de calidad de los locutores y periodistas, por parte de los administradores de las radioemisoras.

Para determinar el nivel de influencia, se ha puesto como medida: **nivel positivo**, **nivel medio** y **el nivel negativo**; puesto que el lenguaje vulgar puede influir positivamente en la educación lingüística de los oyentes, influir normalmente o, influir negativamente en los mismos.

1.6. Hipótesis General

En Concordancia con los objetivos señalados, nuestra hipótesis general de estudio se planteó así: “El lenguaje vulgar de los locutores y periodistas influye,

en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román –Puno-2006”

1.6.1. Las subhipótesis:

1.6.1.1. Las palabras y frases vulgares de los locutores y periodistas radiales son identificables en el lenguaje diario de los oyentes de las radioemisoras.

1.6.1.2. Los Locutores y periodistas de las radioemisoras de bajo nivel académico, son los que más emiten las palabras vulgares.

1.6.1.3. Los locutores y periodistas improvisados, son los que emiten más las palabras y frases vulgares.

1.6.1.4. En los programas musicales e informativos, son en los que con más frecuencia se emiten palabras vulgares.

1.6.1.5. La selección y control de la calidad de los locutores y periodistas de las radioemisoras, corresponde a los que administran las empresas radiales.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la investigación de este tema que es de carácter social, enfocaremos desde el punto científico de la sociedad con el método del Materialismo Histórico, puesto que las relaciones humanas se dan entre el modo de producción y su reflejo superestructural.

2.1. BASE Y SUPERESTRUCUTRA

Los hombres en toda sociedad para poder satisfacer sus necesidades de alimentación, vestido, vivienda y otros, contraen un conjunto de relaciones socioeconómicas (agricultura, minería, industria, pesca, etc.) en el proceso de producción, constituyendo un modo de producción integrado por las fuerzas productivas (hombres e instrumentos o medios de producción) y las consiguientes relaciones de producción (las relaciones que los hombres establecen frente a los medios de producción: industrias, fábricas, minas, tierras, sobre la base de relaciones de propiedad) , formación socioeconómica que constituye la BASE, el fundamento, el cimiento, a partir del cual, los hombres, elaboran, construyen, piensan la SUPERESTRUCTURA, entendida como el conjunto de ideas.

“BASE: Entendemos por base, al conjunto de las relaciones de producción que constituyen la estructura económica de la sociedad: fábrica, minas, tierra, agricultura, etc. Los conceptos de base y de relaciones de producción son

equivalentes, pero no idénticos. El concepto de relaciones de producción está ligado al de fuerzas productivas. El concepto de base en cambio está ligado al de superestructura. “el fundamento, el cimiento, a partir del cual, los hombres procesan, elaboran, construyen, “piensan” la superestructura,...”²

SUPERESTRUCTURA: La superestructura es fruto y reflejo de la base económica. “La superestructura entendida como el conjunto de ideas, representaciones, conceptos e instituciones religiosas, morales, artísticas, jurídicas, políticas, educativas, naturales, sociales y filosóficas, que son determinadas en ‘última instancia’ por la estructura económica, por la base socio-económica”³

La sociedad humana en su historia ha atravesado por varios modos de producción, regímenes sociales o estadios socioeconómicos. Estos estadios socioeconómicos son: Comunidad primitiva, Esclavismo, Feudalismo, Capitalismo y el Socialismo. En cada uno la estructura económica, la base socioeconómica, determina el conjunto de ideas, conceptos, representaciones e instituciones, condicionan en última instancia la superestructura ideológica, revistiendo en cada sociedad particularidades específicas tanto la base económica como la superestructura ideológica.

2.1.1. INTERRELACIONES ENTRE BASE Y SUPERESTRUCTURA

Las relaciones e interrelaciones entre la base y la superestructura, entre lo material (económico) y lo espiritual (cultural – ideológico) no son mecánicas, existen condicionamientos y determinaciones recíprocas, mutuos, donde es lo material, lo económico, lo que influye en lo espiritual, en lo ideológico.

Los historiadores progresistas de nuestro país, el Perú, han caracterizado nuestra historia de la siguiente manera:

² LORA CAM, José F.W. Filosofía, Pág.1

³ Loc. Cit.

2.1.2. FORMACIONES SOCIOECONÓMICAS DE LA HISTORIA DEL PERÚ

BASE	ACTIVIDAD ECONÓMICA	SUPERESTRUCTURA	DEFENSORES
Sociedad Esclavista: Pre Inca e Inca	- Agricultura fue, actividad principal - Minería, pesca, textilera, actividades secundarias	- Este aparato productivo limitó la superestructura cultural. - La religión, la moral, el arte, derecho, política, y la educación estaban ligados a la producción agraria - La ciencia y la filosofía no logró su autonomía	- Luis Guillermo Lumbreras - Carlos Nuñez Anavitarte - Emilio Choy - Lora Cam
Sociedad Feudal colonial	- Minería la actividad fundamental, subordinado a los intereses de España - La agricultura fue pospuesta	- El poder de la Iglesia Católica subordinó el mundo espiritual - La mitología religiosa en el contexto de un genocidio en que de 10 a 12 millones de habitantes, en 1532 se redujo a un millón	- Pablo Macera - José Carlos Mariátegui
Sociedad Semifeudal: La República. (Inglaterra, EEUU)	- Guano y salitre - Minerales, petróleo - Caucho - Productos agrarios (azúcar, algodón) - Pesca - Industria	- Religión, moral, arte, derecho, política, educación, ciencia y la filosofía no son capitalistas, son en su conjunto semif feudales y semicoloniales.	- José Carlos Mariátegui - Pablo Macera
Sociedad Neocolonial: Capitalismo dependiente y deformado	- La gran industria financiera	- Globalización: Estrategia del capitalismo. Integración planetaria y exclusión social y económica. Comunicación. Educ. para la super industria. Moral: corrupción. - Neoliberalismo: ideología de la burguesía	- Fukujama e intelectuales neoliberales

La sociedad esclavista, la feudal y la sociedad semifeudal republicana, está bien estudiada y sustentada por sus respectivos estudiosos, pero la última que

entendiendo debe ser sociedad neocolonial la etapa que estamos viviendo el siglo XXI, es una propuesta que debe ser tomada en cuenta para su mejor estudio.

Entendido qué es base y qué es superestructura, el lenguaje, es un fenómeno entre la base y la superestructura, puesto que en la historia de la humanidad, las lenguas han permanecido ante los cambios de la base económica y los cambios superestructurales. Los cambios de la lengua fueron muy lentos hasta convertirse en lenguas muertas, pero antes han servido para la comunicación tanto a los dominantes y los dominados y en varios modos de producción. Lo que se ha observado más bien en una lengua construida por la necesidad, es el desuso de ciertas palabras y la inclusión de otras nuevas; pero no la desaparición rápida y total al aparecer un estadio socioeconómico. En el Perú, en la parte sur el Puquina, hablado por los Tiwanacos y Manco Cápac; el Aymara de los Qollas y el Qheswa, perduran resistiendo durante la colonia y la República de los tiempos actuales, vale decir existen aunque hayan pasado varios modos de producción. El español, es el lenguaje traído por los españoles, convertido hoy en idioma oficial de los peruanos. Los vulgarismos emitidos por los comunicadores sociales de la provincia de San Román, corresponden a este idioma, cuya causa está en su mala educación lingüística, producto de las condiciones materiales de vida de los locutores y periodistas; puesto que, siendo primera o segunda lenguas, debería ser bien hablado; sin embargo, la pobreza —económicamente hablando— del emisor, no le permitió educarse lingüísticamente bien, que a pesar de ser quechua hablantes o aymara hablantes, muchos comunicadores sociales con preparación académica, no cometen vulgaridades hablando.

2.2. NUEVAS CONCEPCIONES SOBRE LA SOCIEDAD CON EL MATERIALISMO HISTÓRICO

Carlos Marx y Federico Engels desterraron el idealismo de la ciencia social, supieron descubrir lo complejo y contradictorio del desarrollo social, atravesaron hasta su misma base. Ellos, dieron a conocer el carácter dialéctico materialista del

desarrollo no sólo de la naturaleza, sino también de la sociedad. Crearon así una teoría científica del desarrollo social: El Materialismo Histórico.

El Materialismo Histórico es la ciencia que estudia las leyes más generales del movimiento social. El Materialismo Histórico es la ciencia de la sociedad en general, sociedad como interrelación de los hombres en el proceso de producción de los bienes materiales. El Materialismo Histórico es una teoría y es un método científico de las ciencias sociales.

Los fundadores del Materialismo Histórico, resolvieron acertadamente el problema fundamental de la Filosofía aplicado a la sociedad y formularon la tesis principal del Materialismo Histórico: La existencia social determina la conciencia social.

Ser materialista significa reconocer la verdad objetiva, que no es descubierta por los órganos de los sentidos. Para los materialistas la materia, la naturaleza, el ser, lo físico es lo primario; el espíritu, la conciencia, la sensación, lo psíquico es lo secundario; mientras para los idealistas es todo lo contrario.

Antes de la existencia del Materialismo Histórico, el análisis de la sociedad fue mecanicista, metafísico y contemplativo: mecanicista, ve las cosas y fenómenos como máquinas, no se contempla como seres vivos. Decían por ejemplo que el cerebro segrega el pensamiento como el hígado que segrega la bilis. Metafísico, no ve el desarrollo histórico, no ve como proceso, dicen que el mundo no evoluciona, el movimiento gira permanentemente en circular. Contemplativo, por que no ve suficientemente la acción humana. El idealista no busca sus causas, y su explicación es a nivel individual y no en colectivo; en cambio el materialista, busca las causas y fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento humano y señala que el motor del desarrollo social es la lucha de clases.

“Las clases son grandes grupos de hombres que se diferencian entre si por el lugar que ocupan en un sistema de producción social, históricamente determinado,

por las relaciones en que se encuentran respecto a los medios de producción, por el papel que desempeñan en la organización social del trabajo y, consiguientemente, por el modo y la proporción en que perciben la parte de la riqueza social de que disponen.²⁴

El objeto del Materialismo Histórico es estudiar la sociedad y las leyes de su desarrollo. Las leyes de la vida social no sólo son objeto de estudio sino también, las ciencias sociales: la educación, la política, la historia, la pedagogía, la estética, la filosofía, etc. Estas leyes que son tan objetivas, es decir independientes de la conciencia del hombre, como las leyes del desarrollo de la naturaleza. Igual que éstas son cognoscibles, y el hombre las aprovecha en su actividad práctica.

2.3. LA GLOBALIZACIÓN Y EL NEOLIBERALISMO

El término globalización tiene connotaciones de orden mundial y multidimensional. Se trata de un proceso internacional de creciente unificación de mercados y homogenización de la producción bajo un modo capitalista. En su interior la tecnología de avanzada ha producido un cambio en la jerarquía de orden productivo, poniendo a la cabeza a la cibernética e información. La magnitud y extensión de estos cambios afecta a la dimensión cultural, económica, social y política del mundo contemporáneo.

Este fenómeno no sólo se refiere a rasgos externos del país, todo lo contrario, nos incluye como país y como personas. Claro está, cada parcela nacional de la esfera global vive a su modo este fenómeno de conjunto. Es decir, lo nacional incluye lo global y lo global está inscrito dentro de lo nacional. Las fronteras entre uno y otro se van diluyendo progresivamente sobre todo en algunos campos, mientras las especificidades se mantienen en otros. Así lo prueba un acceso mundial más uniforme a la información, modos de vestir, corrientes culturales o musicales, productos de consumo de todo tipo a los que cada quien accede a contemplar,

⁴ ROSENTAN IUDIN, Diccionario Filosófico, Pág.67

otorgándole un significado particular al consumirlo porque hasta ese acto involucra la subjetividad humana.

El Capital financiero ha reemplazo al capital industrial. Este capital financiero puede socavar una economía nacional entera, mientras el capital corre a través de los circuitos de mercados monetarios globales en forma virtual.

La globalización socava las culturas locales (por ejemplo la andina) expandiendo una cultura egocéntrica y materialista. La globalización acelera la desigualdad, puede ser vista desde el punto de vista económico y político como la continuación del imperialismo, unido a esto está el cambio tecnológico, el progreso científico que por un lado beneficia a otros sectores sociales por otro excluye a otros.

Con la globalización surge la ineludible necesidad de intercambiar experiencias y fortalecer los mecanismos que permiten las culturas de otros países y comprender su cosmovisión, sus creencias, y en fin, su escala axiológica. Ello no quiere decir que se haya abandonado el aspecto económico, lo que pasa es que se ha adoptado un concepto integral, toda vez que hablamos de integración económica e integración cultural

Las consecuencias del fenómeno de la globalización, es la integración planetaria y la exclusión social y económica, dos caras de la misma moneda. Por una parte, se procede a una integración planetaria del conjunto de la actividad económica-industrial, financiera, etc. y, por otra, en el terreno social esta globalización se produce de manera diferenciada según niveles y categorías de personas. Millones de campesinos, migrantes, trabajadores urbanos poco calificados, jóvenes y mujeres, sufren las consecuencias negativas de la globalización: están marginados, excluidos, desintegrados de la nueva economía mundial (algunos hombres que hoy son locutores y periodistas de la región, fueron excluidos de la educación formal, no asistieron a las aulas universitarias para manejar bien el español y se quedaron marcadamente influenciados por sus lenguas maternas). Por otra parte, la exaltación de los particularismos culturales como respuesta a esta

homogeneización forzada del conjunto del planeta, produce las tendencias proclives al surgimiento de un nuevo localismo en el que la recuperación de “identidad” específica (educacional, cultural, religiosa, grupal, sexual) es revalorizada frente a lo global.

2.3.1. EL NEOLIBERALISMO EN EL PERÚ

Luego de la gran destrucción que causó la Segunda Guerra Mundial en Europa, la presencia del Estado en la economía se incrementó aun más. Aparecieron así grandes instituciones públicas destinadas a dar solución a los problemas sociales (Instituto de Seguridad Social, sistemas de atención de necesidades básicas financiados por el Estado preferentemente en las áreas de salud, educación y construcción de viviendas), mecanismos de subsidio de los precios que iban desde el abaratamiento de los productos de primera necesidad financiados por recursos fiscales hasta la existencia de bancos estatales de fomento, que cobraban intereses bajos por los préstamos que otorgaban.

El funcionamiento de esta gran actividad estatal en la economía se logró porque el crecimiento de las economías de los diversos países, y de la economía mundial en su conjunto, fue vertiginoso y continuó durante décadas, especialmente desde fines de la Segunda Guerra Mundial hasta 1974. Este crecimiento económico se debió a muchísimos factores; pero de ellos fue el precio del petróleo, que durante muchos años, permaneció sin modificar su costo, hasta que en 1972 y 1973, los países productores de petróleo lograron que este se elevara, para así conseguir ellos mejores ingresos, la economía mundial, incluida de los países desarrollados, cambió drásticamente. Los costos crecieron irremediablemente y tuvo que ser modificado: desde los motores de los vehículos que debían consumir menos combustible, hasta las estructuras de costos de las grandes empresas, que debían pagar sumas inimaginables dos años antes por la energía que consumían.

Uno de los efectos de toda esta situación fue la necesidad de reajustar los gastos del Estado: en adelante, el Estado ya no prestaría a la sociedad servicios

subsidiados, sino, que ella, tendría que pagar precios reales por todo lo que utiliza y recibía. En esto consiste en última instancia, el liberalismo: los bienes y servicios se prestan en el mercado, según las leyes de la oferta y la demanda que, desde luego, son las que fijan los precios. El Estado dicta las normas que regulan el tráfico de las mercancías y supervisa que nadie abuse del poder que puede obtener; pero ya no presta servicios a bajo precio: no hay subsidios.

Los cambios que estas políticas planteaban frente al Estado que había existido hasta entonces eran inmensos: Los impuestos debían subir, las empresas públicas debían ser privatizadas; los precios de todos los productos de primera necesidad subieron de precio; las personas debían pagar lo que verdaderamente costaba la atención de salud y la seguridad social. Salvo la educación, que siempre se ha considerado que debe ser subsidiada, para los sectores de menos recursos, todo debía regresar a un régimen de precios libres y de mercado. Esta fue la propuesta de Mario Varga LLoza, candidato a la presidencia del Perú a fines de 1980; pero verdaderamente el liberalismo y es más el neoliberalismo fue implementado por el presidente Alberto Fujimori desde 1990, ganador de Mario Vargas LLoza en la segunda vuelta electoral.

El neoliberalismo es la ideología centrada en el individuo, en la competencia y en cultura de mercado, “la globalización es la estrategia, es la visión arquitectónica del nuevo orden mundial. Es un proceso y no una ideología. Como estrategia, es el mecanismo idóneo para la implementación de la ideología, para ello utiliza diversos instrumentos, procedimientos y objetivos-metas”⁵. El neoliberalismo, se fue plasmando de una manera significativa desde la culminación de la Segunda Guerra Mundial, buscando fortalecerse ante el avance de la URSS, la revolución china, la guerra en Corea y la guerra en Vietnam.

La revolución científica y tecnológica que se acelera a partir de la década del 70, va creando la cultura de los cambios de paradigmas, vital para el proceso de

⁵ ROMERO, Rodolfo. Mundialización, Globalización desde la Perspectiva de los Trabajadores, Pág.11

globalización. La globalización adquiere plena identidad a partir de la implosión de la Unión Soviética y la caída del Muro de Berlín. El mundo cambia en todos los órdenes. Se crean las condiciones para la nueva etapa de expansión del capitalismo; así se plantea: El pensamiento único, el mercado único mundial, el modelo único y se busca plasmar un nuevo orden.

Con la crisis económica que se inicia en los años 60, comienza también la crisis del keynesianismo⁶. Entonces se retorna nuevamente a las ideas de la “escuela neoclásica” que considera que la crisis es producida por los elevados salarios y beneficios sociales de los trabajadores y por rigidez de los mercados laborales. De donde se concluye que la desregulación del mercado laboral es la varita mágica para la recuperación de la economía, al igual que la reducción o anulación de la función social del Estado. Lo que interesa al capital es la máxima tasa de ganancia y pretende lograrlo a expensas de los trabajadores. Lo que implica la eliminación de todo tipo de controles, la liquidación de sus derechos conquistados, la sobreexplotación del trabajo, y la traslación de la crisis de los países capitalistas desarrollados a los países subdesarrollados. Concluyendo, diremos que el neoliberalismo al servicio de una minoría, está al servicio de las transnacionales donde se pierde la soberanía nacional, es centralista, es antidemocrática, explotador, es la negación de libertades ciudadanas, extranjerización de la economía nacional, el neoesclavismo laboral, amputación estatal en su prestación de los servicios públicos y donde no hay estado de derecho.

En este marco de cosas, los medios de comunicación junto a los comunicadores sociales, obedecen a este sistema económico social. Los dueños de las radioemisoras venden sus espacios a cualquier postor no interesándose la educación de los pobladores. Los locutores y los periodistas de Juliaca, son requeridos por los comerciantes, para producir más ganancias aunque no sean preparados lingüísticamente.

⁶ John Maynard Keynes fue el economista más influyente del siglo XX. En 1936 publicó la teoría general sobre el empleo, el interés y el dinero, obra en la que exponía que, ante las depresiones económicas, los gobiernos debían actuar, incrementando la inversión pública, para recuperar el equilibrio.

El asunto es que, el comunicador social de esta parte del altiplano, comete incorrecciones lingüísticas, sin tomar en cuenta las reglas gramaticales que exige la real academia española, y ésas incorrectas formas de hablar que se llama vulgarismo, son aprendidos por la población y reproducidos como normales en sus comunicaciones diarias. Ante el avance desigual del comercio y la cultura, es necesario que en Juliaca y su provincia de San Román, se comience a educar lingüísticamente a su gente excluida por la globalización y el neoliberalismo, inmigrante del sector rural, desde las radioemisoras, ayudando a la escuela como institución que lucha por brindar una buena enseñanza del castellano.

2.3.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA GLOBALIZACIÓN

Los medios de comunicación social en el mundo, son mayormente privados y con ello supeditados a las leyes de un mercado, que aún no ha sido regulado mediante normas jurídicas. El mercado entero de los medios está dominado por unos pocos grandes consorcios, que tienen sus centrales de mando casi todas en los EE.UU, Europa, Australia o el Japón. Los medios de comunicación peruanos repiten lo que estos dicen.

2.3.3. LA EDUCACIÓN EN LA GLOBALIZACIÓN

Con la globalización está íntimamente unido un proceso de propagación de concepto de valores e ideales occidentales, que disminuye en cierta manera las diferencias culturales en el mundo. Medios modernos y medios de comunicación, pero también la explotación de los bienes respectivos y el turismo creciente, propagan diariamente las maneras de vivir occidentales en todo el mundo.

La globalización abarca todos los ámbitos de la vida: comida, medios de comunicación (cine, TV, radio, telefonía, computación, internet) arte, música, maneras de corrupción crimen y como nunca antes visto, la riqueza en pocas manos.

Las instituciones educativas y los profesionales de la educación debemos ser concientes de que la persona educada del mañana tendrá que estar preparada para vivir en un mundo global pero peculiar. Deberá tener la aptitud necesaria para ser un ciudadano del mundo, pero también tendrá que ser capaz de nutrirse de sus raíces autóctonas, y a su vez de enriquecer y nutrir a su propia cultura, en este la andina.

2.4. CULTURA Y LINGÜÍSTICA

2.4.1. **Cultura.**- “La cultura es un concepto utilizado para designar un conjunto de fenómenos que caracterizan al tipo de actitud exclusivamente humana surgida de la capacidad de poder reflejar la realidad objetiva en forma de imágenes ideales las que, al mismo tiempo, se convierten en objeto de conciencia para el hombre, dependiendo de su capacidad cognoscitiva y de la manera como son captados aquellos aspectos de la realidad objetiva”⁷

Antropológicamente, la cultura no está restringida a determinados campos del conocimiento (arte, historia, idiomas, literatura), ni a ciertas actitudes (buenos modales, urbanidad); abarca todos los modos de comportamiento derivados de la esfera total de la actividad humana. El término cultura usado por los antropólogos puede aplicarse válidamente: “1) A todo lo que es socialmente transmitido en la sociedad humana, incluyendo los modelos de vida o “patrones” de conducta sociales, artísticos, ideológicos, etc. Y las técnicas para dominar el medio, este es el concepto más general y abstracto; 2) A modos de vida peculiares del grupo o de dos a más grupos o sociedades entre las que existe un determinado grado de interacción y semejanza; 3) A los tipos de comportamiento peculiares de una sociedad dada y 4) A formas especiales de comportamiento características de los diversos agregados, segmentos o estratos de una sociedad vasta y de organización compleja”⁸; siendo el lenguaje, la forma de expresión de una cultura, es por consiguiente

⁷ ORBEGOZO VILLAFANE, Enrique J., **Introducción a las Ciencias Sociales**, Ministerio de Educación, Lima, 1986, Pág.63

⁸ IBID, pág.64

el mecanismo necesario de la sociabilidad, pero esto no quiere decir que el lenguaje tenga los mismos límites que una sociedad.

2.4.1.1. Multiculturalidad.- La multiculturalidad entendida como un término descriptivo que se refiere a la presencia de distintos grupos culturales en un espacio local, regional e internacional, que en la práctica social y política, permanecen separados y opuestos. Se da principalmente en Europa, los EEUU de Norteamérica; donde las minorías nacionales (negros e indígenas) coexisten con varios grupos de inmigrantes.

Los estados de esos países, se esfuerzan por normar la igualdad entre las personas, resumiendo en este lema: *Justicia e igualdad*. En las sociedades multiculturales, los estados se dirigen a los grupos subordinados, por programas, tratos y derechos especiales. Sin embargo, todos supuestamente comparten los mismos derechos, ocultando las desigualdades e iniquidades, que no permiten a todos los grupos relacionarse equitativamente.

2.4.1.2. Pluriculturalidad.- Ante la multiculturalidad, donde en un espacio territorial hay muchas culturas enfrentadas; en cambio, la pluriculturalidad es entendida como la existencia de varias culturas que conviven en un espacio territorial y juntas hacen una totalidad nacional. La pluriculturalidad sugiere una pluralidad histórica y actual. Es más utilizada en América Latina, donde los pueblos indígenas y pueblos negros han convivido por siglos con blancos, mestizos y, donde el mestizaje ha sido parte de la realidad. Un país pluricultural es el Perú y Juliaca es un ejemplo vivo, donde están mezcladas las nacionalidades quechua, aymara y mestiza.

2.4.1.3. La interculturalidad.- Entre tanto, la interculturalidad (entre culturas), busca el intercambio entre culturas, que se establece en términos equitativos en condiciones de igualdad. La convivencia de grupos completamente distintos en un solo Estado, debe ser practicada en todas partes, como que ocurre en el Perú y

en la ciudad de Juliaca, donde hay respeto mutuo, tolerancia, y la convivencia entre quechuas, aymaras y castellanas.

2.4.2. Lingüística

El lenguaje articulado constituye el objeto de la ciencia lingüística. El lenguaje es el sistema de comunicación mediante el cual se relacionan y entienden los individuos de una misma comunidad.

2.4.2.1. **Monolingüe.**- Una sola lengua. La lengua materna o lengua uno, es la primera lengua del niño que aprende por el contacto con la madre, sinónimo de lengua nativa, de hogar, de cuna o como primera lengua (en el contexto monolingüe).

2.4.2.2. **Bilingüe.**- Dos lenguas. En oposición a monolingüismo o polilingüismo, es el dominio igual de dos lenguas, la capacidad de expresarse en dos lenguas. El bilingüismo, es la capacidad de hacerse entender y de entenderlas en dos lenguas. Para los hablantes nativos en el Perú, el español es la lengua dos.

2.4.2.3. **Multilingüe.**- Una sociedad es multilingüe por tener varias lenguas en su espacio territorial. La existencia de diversos fenómenos lingüísticos naturales, que se dan en personas bilingües y entre las lenguas en contacto, que pueden coexistir, converger, interferirse, influirse, imponerse unas sobre otras de acuerdo al uso que se le da en la comunidad social. Existen diferentes situaciones de plurilingüismo en una sociedad multilingüe.

El Perú es un país plurilingüe en un mundo pluricultural. Hoy en el Perú hay “59 culturas y 59 lenguas, de las cuales 56 están en la selva, 2 en los andes que son el Quechua y el Aymara, y 1 que es el castellano, en todas las regiones”⁹ y la influencia reciente de las lenguas como el inglés, francés, portugués, el chino el japonés, etc.

⁹ Separata del Msc. Enriquez Salas, Porfirio, en el curso taller de capacitadores y formadores en educación intercultural bilingüe, llevado a cabo en el Instituto Pedagógico Público de Juliaca del 12-01-07 al 5-02-07.

Juliaca, capital de la provincia de San Román, es una ciudad donde se habla ancestralmente el quechua y el aymara (pertenecientes a la Cultura Andina), y a partir de la conquista española, el castellano. Entendido así como pluricultural, los locutores y periodistas también son expresión de estas lenguas en su gran mayoría. Generalmente, los locutores llevan el sello de sus nacionalidades quechua o aymara, mientras los periodistas que conducen noticieros, si bien algunos tuvieron por lengua materna una de esas lenguas, muestran el dominio coordinado, sin cometer las incorrecciones de la gramática española; de aquí que nuestra investigación de la influencia del lenguaje vulgar de los locutores y periodistas en los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román se enmarque entre lo periodístico-sociolingüístico.

Lo periodístico es relativo a la transmisión e intérprete de la realidad, que consiste en indagar, investigar, ordenar, procesar y producir noticieros en los medios de comunicación (en este caso, radio); al que pertenecen los corresponsales, cronistas, publicistas, redactores, reporteros, noticiarios, llamados de manera general, periodistas.

Lo sociolingüístico, que es una ciencia interdisciplinaria entre la sociología y la lingüística, que están separados convencionalmente, pero que son interdependientes en su objeto. Disciplina de la lingüística, que estudia las mutuas relaciones entre estructura social y estructura lingüística, considerando que su tarea es “mostrar la discrepancia sistemática de la estructura lingüística y la social, e incluso mostrar una relación causal en una dirección u otra”¹⁰

A la sociolingüística le interesa los seres humanos que se comunican y producen el lenguaje dentro de un grupo; concretamente, la sociolingüística debería, por tanto, fijar su atención en la variabilidad regular y condicionada socialmente, de la lengua, o sea los sociolectos, dialectos, estilos lingüísticos, tipos de textos, etc.

¹⁰ Bright, 1971, pág 11, citado por el Mg. Percca QuispeRené en la Pág. 21 de su libro: Breve Esbozo de la Realidad Lingüística Nacional.

2.5. MARCO CONCEPTUAL

Las palabras que utilizamos en el presente trabajo de investigación son:

ALIENACIÓN.-La palabra viene de *alienus*, que significa: algo ajeno o extraño, es el acto por el cual se traspasa la propiedad de una cosa. En el marxismo, alienación significa la pérdida del ser del hombre en sus productos o intuiciones; también se dice que es la situación histórica en la que el hombre se encuentra en el ámbito del proceso del trabajo capitalista al no advertir la dependencia que toda obra humana tiene de las condiciones materiales de producción (documentos de gestión educativa 2006 del Ministerio de Educación).

“La alienación es un proceso de deshumanización que lo conceptuamos como la carencia de la conciencia para poder explicar científicamente los fenómenos religiosos, morales, artísticos, jurídicos, políticos, educativos, naturales, sociales y filosóficos” (Lora Cam, José F.W. **Filosofía**, Pág. 233). La alienación no sólo es adquirir lo extraño sino es la deformación de la conciencia humana.

APRENDER.- Del Latín *aprehendere*, percibir. Proceso mediante el cual el individuo adquiere conocimientos, conductas, habilidades y destrezas. (Diccionario Pedagógico, del Ministerio de Educación en Gestión Educativa 2006)

BARBARISMO.- Es una incorrección que consiste en pronunciar o escribir mal las palabras, o emplear vocablos impropios también es el área de la lingüística es un extranjerismo no incorporado totalmente al idioma.

Los barbarismos pueden ser: prosódicos, morfológicos o sintácticos, según afectan a la prosodia, morfología o sintaxis. Los barbarismos acaban a veces siendo aceptados ya que su uso se generaliza por personas cultas e incluso por escritores de renombre. Ej. Narizón por narigón.

COMUNICACIÓN.- Es el intercambio de mensajes en general o de un mensaje lingüístico en particular. La comunicación es, entonces, transmisión de señales o intercambio de mensajes. (Calla Paredes, Nicolás, **Lenguaje**, Pág. 01)

COMUNICACIÓN SOCIAL MASIVA.-Es el proceso por medio del cual los mensajes son transmitidos por medio de canales técnicos y llega a un amplio público. Este tipo de comunicación es el instrumento más activo o poderoso para unificar a los individuos aislados de la masa.

El proceso científico y tecnológico permite el incremento constante de las capacidades comunicativas del hombre, especialmente la comunicación de masas. Así tenemos: la prensa, la radio, el cine, los libros, la televisión, las revistas, el satélite y los discos. Estos medios de comunicación masiva son los más poderosos y de gran alcances. Gracias a ellos el mundo se hace cada vez más pequeño y lo tenemos en nuestras manos. Podemos ver y oír lo que está sucediendo a enormes distancias, inclusive fuera de nuestro planeta. Por eso, la importancia e influencia de los medios de comunicación social masiva se han hecho en este momento tan fuertes que se ha erigido en un nuevo poder que controla la conciencia individual y colectiva de los pueblos (Peraltillo García, Rogelio y otros, **Comunicación, Estudio y Didáctica**, Edit. Líder, Arequipa, Pág.7).

EDUCACIÓN.-Es la formación integral de la personalidad humana: moral, artística, intelectual, física, etc., con la finalidad de adaptar a los educandos a una determinada sociedad. (Lora Cam, Ob.Cit, Pág. 17)

EMISOR.- Es la persona que habla o escribe algo (llámese también locutor o escritor); en ambos casos es un destinador. (Calla Paredes, Ob. Cit., p.2)

HABLA.-El habla es el uso personal de una lengua. Es la realización o concreción individual de la lengua o idioma en un acto comunicativo; por eso ese le percibe como materia o sustancia fónica o sonora. (Calla Paredes, Ob. Cit. P.4).

LENGUA. Sistema de signos verbales, medio mediante el cual se lleva a cabo la intercomunicación de los hombres. Categoría lingüística que engloba un determinado vocabulario, leyes gramaticales y fonéticas, y que constituye un conjunto de recursos que se utiliza para la comunicación.

“La lengua no se confunde con el lenguaje. La lengua no es más que una determinada parte del lenguaje y un conjunto de convenciones necesarias adoptadas por el cuerpo social para permitir el ejercicio de esa facultad en los individuos” (Ferdinand Saussure, en Teoría de la Comunicación de García Vargas Lilly, Pág. 64)

LENGUAJE. Es un sistema de comunicación mediante el cual se relacionan y entienden los individuos de una misma comunidad. Hay muchos lenguajes: auditivo, visual, táctil, etc. El lenguaje auditivo es correlativo con la facultad de hablar (por lo que también se llama lenguaje articulado) y constituye el objeto de la ciencia llamada lingüística, que es pues la ciencia del lenguaje articulado.

El lenguaje es un fenómeno tan complejo que, por el momento, es estudiado por muchas ciencias de una manera tan parcial como provisional. Entre tales ciencias figura con marcado interés la lingüística.

“Lenguaje es la facultad humana que permite la comunicación. Es a la vez físico, fisiológico, psíquico, pertenece además tanto al plano individual como al plano social” (Loc. Cit)

LINGÜÍSTICA. Es la ciencia del lenguaje. La lingüística, entendida como reflexión sobre el lenguaje, se debe a los esfuerzos de estudiosos de muy diferentes épocas, alcanzándose paulatinamente una mayor especialización y rigor. Pero el lenguaje es una realidad social muy amplia para abarcarla tan solo desde la perspectiva de la lingüística; por ello, esta ciencia está destinada a coordinarse con otras interesadas en el mismo objeto. (Ferdinand de Saussure en la enciclopedia Océano, tomo I)

Lingüística, ciencia que sólo se ocupa de los signos verbales (palabra hablada o escrita).

LOCUTOR.- Es la persona que habla ante el micrófono de una estación de radio o televisión.

RECEPTOR.- Es la persona que escucha una locución o lee un texto, llámese igualmente oyente o lector, en uno y otro caso; y en ambas actuaciones es un destinatario. (Calla Paredes, Ob. Cit. Pág.2)

PERIODISTA.- Es la persona profesionalmente dedicada en un periódico o un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión. (Diccionario de la Real Academia Española, en Encarta 2004)

PERIODÍSTICO-SOCIOLINGÜÍSTICO.- Periodístico es relativo a la transmisión e intérprete de la realidad, que consiste en indagar, investigar, ordenar, procesar y producir noticiarios en los medios de comunicación, al que pertenecen los corresponsales, cronistas, publicistas, redactores, reporteros y otros. A la sociolingüística le interesa los seres humanos que se comunican y producen el lenguaje dentro de un grupo; concretamente, la sociolingüística debería por tanto, fijar su atención en la variabilidad, regular y condicionada socialmente, de la lengua, o sea los sociolectos, dialectos, estilos lingüísticos, tipos de textos, etc. (Percca René, en el Breve Esbozo de la realidad lingüística Nacional. Pág. 22)

MENSAJE.- Es el contenido o idea contenida en la locución o texto. (Calla Paredes Ob. Cit. Pág.2)

SISTEMA LINGÜÍSTICO.- El sistema lingüístico puede concebirse como código verbal, constituido de sonidos, palabras y construcciones gramaticales. (Calla Paredes, Nicolás, Ob. Cit. Pág.4)

VULGARISMO.- Es uno de los nombres dados a las formas lingüísticas menos prestigiosas, estas pueden ser: léxicos, prosódicos, morfológicos y sintácticos. Cuando la forma antigua ha caído en desuso, la moderna adquiere prestigio perdiendo su carácter vulgar. Es habitual que las innovaciones sean tenidas por menos prestigiosas y las formas más conservadoras tengan más prestigio. Ej. Iros. “Alteración de las normas de la lengua y la utilización de particularidades lingüísticas”. (Internet: <http://es. Wikipediaorg/wiki/vulgarismo>)

CAPÍTULO III

EDUCACIÓN, SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1.LA EDUCACIÓN

“la educación es la formación integral de la personalidad humana: moral, artística, intelectual, física, etc., con la finalidad de adaptar a los educandos a una determinada sociedad”¹¹

En Educación y Lucha de Clases, Aníbal Ponce precisa que la educación en las sociedades de clases antagónicas ha servido y sirve – en el sentido estricto de la expresión - a los intereses económicos, políticos, ideológicos, etc. de las clases sojuzgadas. La educación por su naturaleza socio-cultural y su función ideológica, pertenece o está ubicada en la superestructura del edificio social y por ende está determinada por la base material – económica - de la sociedad. Si esto es así entonces, la educación va a reflejar o reproducir las relaciones socioeconómicas predominantes o propias de una sociedad.

3.1.1. Función de la educación

El medio social ejerce acción educadora espontánea a los individuos. Esta acción la vemos ya desde las sociedades primitivas, y se da hasta en las sociedades más civilizadas en donde hay instituciones destinadas exclusivamente a educar.

¹¹ LORA CAM, José F.W., Ob. Cit. Pág. 17

La educación, es un proceso que se utiliza en todos los grupos humanos sociales, sean cuales fueran las formas de su estructura y el nivel de su civilización y en el cual participan no solo funcionarios especiales (profesores), sino todos los que llegan a la mayor edad, es decir, el conjunto de las generaciones anteriores son las que dotan verdaderamente a los jóvenes miembros de la sociedad de todo lo que los califica como hombres.

a) **Educación espontánea**

El contacto, la interacción, la interinfluencia que la vida social implica, hacen que sin quererlo unos individuos influyen sobre los otros y viceversa. El producto de esta interinfluencia social es que el individuo, aunque no lo quiera lleva en si el sello de la comunidad social a la que pertenece.

El lenguaje, las costumbres, las creencias, a veces hasta las ideas que tenemos son producto de la sociedad. Nadie personalmente ha inventado la ciencia, el arte, la filosofía, la religión, etc. esos son legítimos productos sociales. A este modelar, lo llamamos educación espontánea o educación refleja, es decir educación sin intención, no sistemática, de manera que en la vida social todos nos educamos a todos. Recibimos de manera espontánea de la relación o contacto del individuo con los demás, en la casa, en la calle, con los amigos, con las lecturas, escuchando radio, TV, y también recibimos educación de manera intencional, por medio de la influencia de las personas o las instituciones de la educación.

Las ventajas de la educación espontánea son:

1. La educación espontánea es más real, no se produce dentro de un artificio de los muros de la escuela, se realiza en la vida misma; en cambio la educación sistemática corre el riesgo de ser abstracta y libresca, alejada de la vida.
2. Otra gran ventaja de la educación espontánea siempre sirve a los intereses e ideales de la sociedad, es decir, no traiciona a su sociedad y a su cultura. En cambio la educación sistemática está expuesta a perder de vista, los intereses sociales

permanentes, no incorpora al educando a su mundo social, que crea “cultos” ingeniosos, es decir especialistas egoístas.

b) Educación y Globalización

El término globalización tiene connotaciones de orden mundial y multidimensional. Se trata de un proceso internacional de creciente unificación de mercados y homogeneización de la producción bajo un modo capitalista. En su interior la tecnología de avanzada ha producido un cambio en la jerarquía de orden productivo, poniendo a la cabeza a la cibernética e informática. La magnitud y extensión de estos cambios afecta a la dimensión cultural, económica, social y política del mundo contemporáneo. Este fenómeno no solo se refiere a rasgos externos del país, todo lo contrario, nos incluye como país y como persona. Claro está, cada parcela nacional de la esfera global vive a su modo este fenómeno de conjunto. Es decir, lo nacional incluye lo global y lo global está inscrito dentro de lo nacional. Las fronteras entre uno y otro se ven diluyendo progresivamente sobre todo en algunos campos, mientras las especificidades se mantienen en otros. Así lo prueba un acceso mundial más uniforme a la información, modos de vestir, corrientes culturales o musicales, productos de consumo de todo tipo a los que cada quien accede a contemplar, otorgándole un significado particular al consumirlo porque hasta ese acto involucra la subjetividad humana.

En la perspectiva neoliberal de la internacionalización, los aspectos específicos de la cultura y asuntos tan críticos como la identidad no tienen ninguna validez y antes bien, son vistos como una supervivencia de épocas oscuras, que les restan transparencia a las relaciones entre los individuos, los grupos sociales y las naciones, pues, ocultan la realidad básica, que no es otra que la igualdad fundamental de los individuos y su puesto como único centro y razón de ser del edificio social. Además, “muchas especificidades, mucha identidad” pueden convertirse en obstáculo al ejercicio irrestricto de la libertad individual, que es aquello que por encima de cualquier otra consideración defiende el neoliberalismo.

Las instituciones que tienen la tarea de educar como las radios, no deben perder de vista que el entendimiento cultural e internacional son viables en la medida que las personas y los pueblos son concientes de su identidad, la valoran y la desarrollan. A partir de esta identificación se comprende la “legitimidad del otro” y entonces es posible establecer una intercomunicación válida, basada en el respeto y en la construcción de una relación horizontal, simétrica en cuanto a la validez de los interlocutores.

3.2.LA SOCIEDAD

La sociedad constituye una totalidad histórica y estructural compuesta por diferentes elementos interrelacionados. La sociedad humana no es otra cosa que una parte del mundo material. Lo fundamental, lo determinante de la sociedad no son las ideas, el pensamiento, la conciencia, sino lo material que está dado por la estructura económica, sobre la cual se levanta todo el edificio social.

En la producción social de su existencia, los hombres contraen determinadas relaciones, necesarias e independientes de su voluntad, relaciones de producción que corresponden a una determinada fase de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. El conjunto de estas relaciones de producción forma la estructura económica de la sociedad, la base real sobre la que se levanta un edificio jurídico y político y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social. El modo de producción de la vida social, política y espiritual en general. No es la conciencia del hombre la que determina su ser, sino, por el contrario, el ser social es lo que determina su conciencia.

3.2.1. Función educadora de la sociedad

La educación es fundamentalmente un fenómeno personal, social, histórico e ideológico, como tal nace en la sociedad, se dinamiza y administra a través de sus instituciones configurativas siendo además garantía de su supervivencia y progreso. Esta connotación social hace que no sea un proceso divorciado de su contexto, sino

vinculado con todo el sentido de la dinámica histórica. No podemos concebir un proyecto educativo al margen de un proyecto histórico global, y tan poco favorecer la conquista y consolidación de un proyecto histórico sin el apoyo de un proyecto histórico educativo.

En este sentido, la educación debe concebirse como una parte importante de la praxis transformadora, ya que se manifiesta a lo largo de toda la dinámica histórica. El significado de la educación se hace presente tanto en la formulación y planificación del cambio cultural como en su realización, consolidación, evaluación y reorientación.

3.2.2. Relaciones principales entre Educación y Sociedad

La educación está ligada íntimamente con la sociedad.

- a) La educación nace, tiene su raigambre u origen en la sociedad. La educación no puede realizarse fuera de la comunidad.
- b) El medio social condiciona la educación de una determinada época. Lo que quiere decir que los sistemas educativos no pueden ser sino, lo que es una determinada sociedad. Ejemplo: la educación en la comunidad primitiva, esclavista, feudalista y capitalista. La educación no anda por un lado y la sociedad por otro; por el contrario la educación es reflejo de la sociedad.
- c) Hay interinfluencia entre la educación y el medio social.
 - a) Desde que se globaliza la educación a partir de Jonteim- Tailandia en 1990, en nuestro país se acentúa la corriente pedagógica del Constructivismo. Hasta la fecha, la vemos de esta manera el constructivismo en la ciudad de Juliaca y la provincia de San Román:
 - a) Excesiva atención del profesor a las técnicas y estrategias de aprendizaje, lo que está permitiendo la castración en los contenidos curriculares de la ideología popular que debe tener. Los excesivos trabajos grupales de los alumnos, no tienen orientación científica oportuna del profesor,

permitiendo a que los alumnos lleguen a falsas conclusiones después de haber debatido entre ellos temas en varias horas.

- b) La aplicación del Constructivismo tiene grandes dosis de apoyo al neoliberalismo que vienen haciendo los docentes, al transmitir a sus alumnos por ejemplo, la apología de la propiedad privada en contra de la propiedad social; el individualismo en contra del colectivismo practicado por años por el mundo andino y la falta de una visión científica del mundo.
- c) El constructivismo debe aplicarse en nuestro país y particularmente en el mundo andino puneño, promoviendo aprendizajes significativos para la realización plena de la personalidad y el desarrollo de la sociedad peruana con un currículum que se adapte a las nacionalidades quechua, aymara y mestizas.
- d) En el campo de la enseñanza del área de Comunicación Integral, se está incidiendo en la interculturalidad dentro de la sociedad pluricultural de Juliaca, vale decir, el respeto, la tolerancia del habla quechua o aymara; tal vez por este lado son admitidas las palabras vulgares que emiten en español los locutores y periodistas.

3.3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“La comunicación es el intercambio de mensajes en general o de un mensaje lingüístico en particular. La comunicación es, entonces, transmisión de señales o intercambio de mensajes”¹²

La comunicación es una relación entre el emisor y un receptor a través del mensaje que es transmitido con un código de signos y por un canal o medio determinado por un contexto o circunstancias ambientales.

¹² CALLA PAREDES, Nicolás. Lenguaje, Pág.1

Los Medios de Comunicación Social son considerados como medios de difusión por esencia, que reside en el hecho de la comunicación humana es la disposición del hombre para establecer con los demás vínculos de tipo espiritual. Los medios de comunicación social comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (radio, televisión, prensa, etc.) para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso. “De tal manera podemos decir que la comunicación es un proceso psicológico por el cual ciertos significados se hacen comunes y son compartidos por dos o más personas con características de participación en cierto grado de ideas, sentimientos, propósitos o creencias”.¹³

3.3.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- a) Los medios de comunicación se dirigen a públicos amplios, esto es, consecuencia de su economía y de su aplicación de una tecnología montada para la producción masiva y la difusión global.
- b) Los contenidos que transmiten los medios de comunicación son públicos, es decir están abiertos a todos siendo su distribución relativamente inestructurada e informal.
- c) El público de los medios masivos de comunicación es heterogéneo.
- d) Los medios masivos pueden llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas que están de la fuente y que a la vez, se hallan lejos los unos y otros. La radio y la televisión logran este resultado de un modo más completo que los distintos tipos impresos, puesto que es posible que estos se lean en momentos diferentes que sean usados de manera selectiva.
- e) En los medios de comunicación social la relación entre el emisor y el público es impersonal, puesto que personas a los que solo se conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima.

¹³ BERLO, David. Proceso de Comunicación, Pág.78

- f) finalmente, podemos decir que el público de los medios de comunicación social es una colectividad característica de la sociedad moderna que presentan varios rasgos distintivos. Es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de intereses, que observan un comportamiento idéntico y orientan su acción hacia fines comunes, sin embargo no se conocen entre sí, tienen solo un grado limitado de interacción, no orientan sus acciones los unos a los otros y no se hallan organizados.

3.3.2. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuando lo que se comunica va dirigido a una multitud de personas. Indistintamente esos medios van dirigidos a la sociedad, también se llaman “medios masivos de comunicación” y estos medios de comunicación social los clasificamos en:

a) **Sonoros.-** Aquellos que en su estructura presentan imágenes y sonidos entre los cuales tenemos: radio, televisión, cine y computación.

b) **Impresos.-** Aquellos que en su estructura presentan letras impresas e imágenes, entre ellos tenemos: periódicos, revistas, libros, etc.

3.3.3. FUNCION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

a) **Función Informativa.-** En la información se busca lo anecdótico, sensacional, sustraído del contexto histórico social a la cual se le da una dirección ideológica política para defender los intereses de la clase dominante, permitiendo orientar la marcha de la sociedad e influir en el educando. No existe información por la información, se informa para formar con objetivos claros y definidos.

En el siglo XXI, los grandes avances de la comunicación contrariamente se producen una hiperinflación convertida, en la desinformación más grave de la historia de la humanidad. La información internacional está controlada por agencias transnacionales que les permite dar sus propias interpretaciones y orientaciones.

b) **Función de transmisión del patrimonio cultural.** Eso tiene importancia para la clase dominante; transmitir los conocimientos que favorecen su dominio y guardar en la biblioteca los otros cuando no son incinerados o puestos en el aire.

En los medios de comunicación se difunden la ideología dominante, en este caso la burguesa, defendiendo la historicidad más alienante, tergiversando, negando la historia como proceso, con leyes propias y necesarias, es negar el concepto de clase y negar la lucha de clases.

En los medios de comunicación como en la radio se difunde: la cultura, ideas, conductas, comportamientos propios del sistema capitalista y de su clase dominante, presenta como la cultura oficial civilizada impuesta a toda la población; cultura, raza, idioma, costumbre, tradiciones e ideas. Frente a esta arremetida permanente de alienación y enajenación, surgen las bocinas, auténticos informadores de cultura de nuestro pueblo.

También tiene como función difundir las obras artísticas y culturales para preservar el patrimonio del pasado, ensanchar el horizonte cultural, al despertar la imaginación y estimular las ansias estéticas y la capacidad creadora.

c) **Función de entretenimiento.-** De acuerdo con sus programaciones, el mensaje y contenido de la radio; esto según sus propios intereses, entretenimiento con programas que alienan la imagen de nuestro pueblo. Por medio de signos, símbolos, sonidos e imágenes, difundir actividades recreativas, individuales y colectivas, tales como: el teatro, la danza, el arte, la literatura, la música, el deporte y el juego.

d) **Función de socialización.-** Constituir un fondo común de conocimientos y de ideas que permita a todo individuo integrarse en la sociedad en la cual vive; y que fomente la cohesión social y la percepción de los problemas indispensables para una participación activa en la vida pública.

e) **Función de motivación.**- Perseguir los objetivos inmediatos y las finalidades últimas de cada sociedad, promover las opciones personales y las aspiraciones individuales, estimular las actividades individuales o colectivas orientadas hacia la consecución de objetivos comunes.

f) **Función de orientación.**- Otra de las funciones de los medios de comunicación social, es la orientación a través del debate y diálogo. En el debate y diálogo se presentan e intercambian, los elementos de información disponibles para facilitar el acuerdo o aclarar los puntos de vista sobre los asuntos de interés público en la resolución de todos los problemas locales, nacionales e internacionales.

g) **Función de educación.**- Transmitir los conocimientos que contribuyen al desarrollo del espíritu, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida.

h) **Función de integración.**- Facilitar el acceso a la diversidad de mensajes que necesitan todas las personas, grupos o naciones para conocer y comprenderse mutuamente, y para entender las condiciones, los puntos de vista y las aspiraciones de los demás.

3.3.4. IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Los medios de comunicación social como los periódicos, revistas, libros, televisión, radio son muy importantes en la sociedad que sirven como medios de acceso a la cultura y de información de sucesos que ocurren a nivel local, nacional e internacional.

Considerando su influencia social de uso educativo e informativo, algunas veces se convierten estos servicios en fuentes de deformación de la personalidad de los niños, adolescentes y adultos.

La importancia de la comunicación podemos establecer en tres aspectos:

- a) **Psicológicamente.**- El hombre es un ente social que necesita dar lo que tiene mediante la comunicación para lograr el equilibrio en su desarrollo integral
- b) **Sociológicamente.**- La comunicación es el medio único para el establecimiento de una sociedad que reviste las características de hoy.
- c) **Culturalmente.**- Mediante la comunicación, un hombre transmite al otro lo que sabe, conoce o descubre.

El grado de desarrollo económico de la sociedad, determina el grado de desarrollo de los medios físicos de comunicación, y las relaciones de clases que se dan en ella, condicionan así los contenidos ideológicos y el significado mismo de la comunicación en cada época. Por ello, la historia de la comunicación no es sino la historia de la lucha de clases.

Al estar inseparablemente unida a la existencia material de la sociedad, la comunicación reproduce en el terreno de la ideología las características de la base productiva y de las relaciones de clase que se dan en ella. Por lo mismo, la información periodística, que es parte de la ideología, tiene un carácter de clase, y no puede dejar de tenerlo.

La ideología es, literalmente, un sistema de ideas; más exactamente, un sistema de representación (de ideas, mitos, imágenes, conceptos), que refleja en la mente de los hombres sus relaciones materiales de existencia y las proyecta hacia un objetivo determinado de desarrollo social. El vivir en una sociedad, los individuos, independientemente de sus deseos, establecen determinadas relaciones económicas que se manifiestan en la vida como intereses (necesidades, aspiraciones, ideales), en consonancia con su situación y su papel en la producción social. Son estos intereses, precisamente, los que determinan las peculiaridades del punto de vista de cada clase sobre los sucesos o fenómenos de la vida social, su ideología.

El contenido de la comunicación es tan manifiesto; la ideología que es fácil de discernir leyendo, por ejemplo, el editorial de un diario aparece encubierta y difusa en el argumento de una serie de televisión y una moda, los chistes o en la

música popular. En la práctica, las distintas ideologías se influyen mutuamente, pero una es la que domina y precisamente la dominante es la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes de la sociedad.

Los medios de comunicación juegan un papel en la difusión de las ideas, estados de ánimo y actitudes derivados de una ideología, ya sea abiertamente, a través de la propaganda; en forma deliberadamente oculta (en cintas grabadas o periódicos) o, incluso, en forma inadvertida hasta para los propios comunicadores, inconscientemente tributarios de una determinada concepción del mundo implícita en sus mensajes. Por ejemplo, una película de cowboys, un noticiero deportivo, un video juego hay una determinada concepción del mundo, una visión de la vida que el emisor trata de imponer a sus receptores, para orientarlos en determinada dirección aunque no tenga conciencia de ello. Idea y comunicación están unidas entre sí del mismo modo que van juntas información y dirección.

3.3.5. PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Los Principales son: Radio, televisión, la prensa y el cine.

3.3.5.1. **La Radio.**- La radio es un medio de comunicación masivo. Es el sistema de enviar sonidos o señales y mensajes a través del espacio, sin utilizar alambres conductores que unen una estación con otra, haciendo uso de las ondas electromagnéticas. La radio como medio de comunicación tiene tres objetivos fundamentales: Informar, educar y entretener.

a) Ventajas

- La rapidez del mensaje radial. La radio es el medio más rápido y efectivo para dar a conocer una información, una noticia, un mensaje.
- Miles de personas nos escuchan a la vez. La radio llega a cientos de miles de personas a la vez.

- Es una fuente de información. La radio es la principal fuente de información y entretenimiento en algunos casos, como en los lugares alejados.
- Llega a grandes distancias. La radio tiene un largo alcance y de acuerdo con su potencia puede llegar a cubrir cientos y miles de kilómetros a la redonda.
- No pide permiso para entrar a casa. Un receptor de radio acompaña a cualquiera de nosotros en nuestro quehacer cotidiano, nos encontramos con él en la casa, en la oficina, en el ómnibus, etc.
- Fácil traslado. Un receptor de radio puede llevarse de un lugar a otro, su traslado es fácil, pues puede funcionar con baterías (pilas).
- Bajo costo. Adquirir un receptor de radio es mucho más económico que adquirir un receptor de televisión.
- La radio y la lucha ideológica. A través de la radio podemos abrir un canal. Para transmitir ideas de progreso social de un pueblo.
- Poder de movilización. La radio tiene capacidad de convocatoria y movilización y puede reunir mucha gente en torno a un punto determinado.

b) Desventajas

- Se utiliza el oído. La radio difunde permanentemente sonidos y éstos sonidos los captamos con el oído, esta desventaja hace que el oyente se canse y se distraiga a la vez por otro lado
- El oyente está ausente. En la radio no hay un contacto físico, personal entre el locutor y sus oyentes, y lo que es más grave aún no sabe cómo reaccionar ante su mensaje, si lo aceptan o lo rechazan.
- La velocidad del mensaje radial. La duración del mensaje radial es apenas un instante, si el oyente se distrajo un momento perdió lamentablemente la secuencia del programa, porque es imposible volver a escuchar el mensaje.

- No escuchamos radio. Porque nos hemos acostumbrado de tener la radio como ruido de fondo y sólo lo escuchamos cuando queremos saber la hora o cuando captamos nuestro disco favorito (oír con escuchar no son iguales. Escuchar es poner atención o concentración)

La radio se ha convertido en uno de los más importantes medios de comunicación social de nuestro tiempo que presenta la particularidad de ser uno de los medios de comunicación masiva, de más amplia difusión, llegando a todos los puntos del territorio, ya sea por la frecuencia o el satélite de las emisoras de alcance nacional y las de difusión local.

La radio fue inventada en 1895 por el ruso Alejandro Povov y se convirtió en una sensación a comienzos de la década de los 30. Desde aquella época, la radio de hoy está dada por el hecho de que la música y el entretenimiento llenan la mayor parte del tiempo de emisión. Al mismo tiempo la radio es un vehículo superior de publicidad, lo que ha determinado primero por razones económicas y luego técnicas, una grave ventaja como objeto de consumo relativamente barato. Es decir se insertan los mensajes en una sociedad con un mercado de tipo competitivo, cuya finalidad estará dada por la búsqueda del lucro individual, vemos entonces que la comunicación radial está al servicio de intereses de grupos comerciales, viviendo de él y por la publicidad. Entonces como las radioemisoras en nuestro tiempo son sostenidas por las empresas comerciales a través de los avisos publicitarios, casi todos los programas son diseñados y presentados con el fin de ofrecer al público los productos del patrocinador, por lo tanto la radio no se adapta a los objetivos esenciales de la sociedad, sino que las actividades radiales están en función de las exigencias publicitarias que promueven el consumo.

El uso de la radio para la difusión de la educación y la cultura ha sido reducido y de poca importancia, porque con programas superficiales, huecos, vacíos, no puede esperarse nada bueno de nuestras radioemisoras que se basan en un entretenimiento alienante y conformista, eminentemente pasivo y receptivo, con avalancha de música, publicidad y con programas noticiosos que en su mayoría, no

hacen otra cosa que leer notas mal volteadas de periódicos, con locutores que no poseen un buen léxico. En la ciudad de Juliaca, hasta el año 2006, existían 62 radioemisoras, de las cuales 16 AM y 46 FM, todos de carácter comercial y de propiedad privada. Esta cantidad de emisoras radiales, las más antiguas y más prestigiosas han absorbido a los pocos buenos locutores y periodistas, por lo que las otras emisoras han recurrido a comunicadores sociales improvisados y en la TV trabajan los que tuvieron alguna experiencia en radios, cuando no es igual la comunicación lingüística en ambos.

c) Clasificación de las radios

Algunos autores clasifican las emisoras por su potencia, uso o tipo de onda; para nuestro estudio vamos a considerar dos tipos de emisora: por su objetivo y por la propiedad.

Por el objetivo.- Las emisoras se crearon de acuerdo con estos intereses:

- **Comerciales:** creados como medios de lucro (empresas comerciales). Su principal a veces la única fuente de ingresos es la publicidad. Aunque se refieren permanentemente al servicio de la sociedad y muchos se autocalifican de culturales, estas emisoras viven de la publicidad, su interés prioritario es el económico.
- **Educativo** culturales: Existen muy pocas en nuestro medio. Casi a nadie le interesa crear una radio con fines educativos, por que consideran que la cultura y la educación no son rentables.
- **Propagandísticos:** Entre sus objetivos prioritarios de creación está la de difundir la idea y la acción de ideas políticas y religiosas, para conseguir la comprensión y colaboración ciudadana respecto a sus planteamientos. Responden a una idea o doctrina política. En general este tipo de radioemisoras hacen proselitismo político, difundiendo ideología o doctrinas político-religiosas.

Por la propiedad

- **Individual privada:** Son radioemisoras de propiedad particular que pertenecen a una sola persona. Son empresas comerciales cuyo dueño, no es un periodista sino empresario. Aquí se encuentran la mayoría de las emisoras de la ciudad de Juliaca. También hay del tipo de propiedad asociada, cuyos propietarios son personas naturales.
- **Institucionales:** Son las que pertenecen a instituciones u organizaciones de cualquier naturaleza. Los fines que persiguen son claros e identificables con referencia a la organización que representa cada una. Los objetivos pueden ser de carácter social, político o religioso.
- **Estatales:** Cuando el propietario es una entidad estatal. De estos solamente hay en el Perú: Radio y Televisión Nacional. A Juliaca solo llega la televisión.

3.3.5.2. **La televisión.**- La televisión proviene de la voz griega TELE, que significa lejos y de la voz latina VIDERE, que significa visión; en consecuencia etimológicamente hablando, televisión significa visión de lejos. La televisión implica transmisión eléctrica de imágenes o escenas visuales, ya sea por hilos o inalámbricos con sucesión tan rápida de éstas que da a los espectadores la sensación de estar presentes en los acontecimientos en el preciso instante en que se están produciendo. Como medio de comunicación de masas, es una de las más completas, en ella se conjugan técnicamente imagen, sonido, iluminación, escenografía, etc. Tiene una serie de ventajas sobre otros medios de comunicación, es el más poderoso y el más completo de los medios de comunicación, al mismo tiempo el más peligroso, porque puede ser utilizado con fines de deformación de la personalidad en contra de la formación de la personalidad de los niños y adolescentes principalmente, como lo es ahora que la TV trae sólo dos cosas: violencia y erotismo; sin embargo, tiene grandes potencialidades para hacer educación desde ella. Hasta el año 2006, en Juliaca, de manera increíble existían 15 canales de televisión. La existencia de muchos

canales de TV, ha puesto de manifiesto, mucha cantidad pero de poca calidad en la producción de sus programas, conducidos por periodistas que más conocen de radio que de televisión, allí el problema lingüístico es igual, vale decir, la presencia de vulgarismos.

3.3.5.3. **La prensa.**- La prensa es todo lo que se edita con ayuda de máquinas de imprimir (tipografía, litografía, offset): libros, revistas, folletos, boletines, carteles, periódicos. La prensa está conformada por todo medio impreso que puede ser: diario, semanal, quinquenal o mensual, que cumplen el rol de información y educación extraescolar. En la ciudad de Juliaca existieron varios medios escritos tanto diarios como quincenarios, tuvieron poca vigencia, los diarios por problemas económicos y lectores sin embargo, persisten los mensuarios.

3.3.5.4. **El cine.**- Es el arte de proyectar una sucesión cinética de imágenes fotográficas que ejercen una gran influencia por el poder sugestivo que poseen. El cine es sin duda uno de los fenómenos más importantes, característico y vasto de la vida moderna; se ha convertido en modo visual de entretenimiento que propicia una recepción puramente pasiva y emocional, al mismo tiempo se ha convertido en el vehículo idóneo para difundir los estereotipos (imagen global, más pasional que real) que hoy inciden en el mundo educativo y cultural.

El problema del cine con relación a la educación y a la cultura se encuentra en el siguiente punto: casi inexistencia de películas didácticas y consecuentemente de una acción orgánica que permita hacer experiencia efectiva, desarrollo de conceptos errados y extraños con relación al de la cultura. Es necesario reorientar el cine hacia lo científico, documental, cultural valadero para la educación de los televidentes. El caso del cine, en la ciudad donde hacemos el estudio, desapareció por completo por el uso generalizado en cada familia de los VHs, CDs, DVDs.

CAPÍTULO IV

LOS COMUNICADORES SOCIALES Y EL USO DEL LENGUAJE VULGAR

A los comunicadores sociales, los hemos clasificado en locutores y periodistas. Entre los periodistas (dedicados a la prensa), los hemos subdividido en tres: periodistas prácticos, periodistas profesionales en otras ramas del saber humano y periodistas profesionales del ramo, a los que pasamos a tratar incluyendo dentro de lo que se trata periodismo y prensa.

4.1.EL LOCUTOR

Locutor, es la persona que habla ante el micrófono de una estación de radio o televisión; en cambio periodista es el profesional en el campo de la prensa (noticias). Todo periodista es un locutor, pero no todo locutor es periodista.

El locutor es el radioaficionado que está la mayor parte del día frente a los micrófonos de la radio; por lo que tiene gran importancia tratar sobre él, puesto que su lenguaje influye en la educación lingüística de sus oyentes; ya que no sólo debe hablar sino, hablar bien y exige educar su voz y su léxico, para que sea suficientemente válida, vibrante y emotiva, que su mensaje llegue a sus oyentes con la mayor claridad, el menor esfuerzo posible y tenga gran capacidad de educatividad.

El locutor debe reunir las siguientes condiciones:

- Vocación
- Cultura

- Personalidad bien equilibrada
- Irradiar una simpatía
- Inspirar una gran confianza en su auditorio.

El locutor debe tener las siguientes cualidades fundamentales:

- Su voz
- **Su dicción**
- Su actuación
- Su vitalidad
- Su sinceridad
- Su apariencia

Y el locutor siendo o no profesional en el ramo, desempeña las siguientes funciones:

- Anunciador comercial
- Narrador de noticias
- Discjockey
- Narrador deportivo
- Comentarista deportivo
- Entrevistador
- Maestro de ceremonias
- Comentarista sobre asuntos de actualidad

4.2. EL PERIODISTA

Como se ha dicho, el periodista es una persona profesionalmente dedicada en un periódico o un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.

En un principio, era periodista el que escribía en los periódicos, y esto incluía, entre otros, a políticos, intelectuales y escritores. Pero no será hasta finales del siglo XIX y principios del XX, cuando comience a formularse la concepción de profesión periodística, debido al desarrollo de las empresas periodísticas, a la preocupación del derecho por las profesiones y la política informativa de los fascismos europeos,

factores que supusieron el marco de los primeros estatutos profesionales de periodistas.

Como oficio o como profesión, lo cierto es que el concepto de periodista ha ido evolucionando a lo largo de su relativamente corta historia y ha ido ampliando sus acepciones a medida que se iba adaptando a los nuevos paradigmas comunicativos. Primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión y ahora, el internet, al que asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, llamado periodismo digital. El periodista tradicional lo hacía su trabajo en el papel, luego en la radio, después en la televisión y ahora, por las páginas del internet.

¿El periodista seguirá siendo un informador e intérprete de la realidad o pasará a ser otra cosa?. Mucho se ha debatido y escrito en los últimos años sobre la figura del periodista en los nuevos entornos tecnológicos. Características como la interactividad, el hipertexto o el multimedia, propias de las redes digitales, están obligando al periodista a readaptar sus funciones tradicionales para incorporarse a los nuevos medios y a aprender el manejo de inusuales técnicas y herramientas y de nuevas fórmulas narrativas. “Entre las facetas que componen el perfil del comunicador digital –periodista actual-, en esta parte reivindicamos la función del periodista como **periodificador**, es decir como ordenador de contenidos y **clasificador de la realidad**, donde los nuevos criterios de **selección y valoración** de contenidos serán las dos operaciones básicas”¹⁴.

4.3. EL PERIODISMO

Por el constante desarrollo y uso de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación social y, consecuentemente, por la diversificación y especialización del trabajo informativo, el concepto de “periodismo” sintetiza la multiplicidad de funciones del periodista, en diversos medios, resume toda la experiencia acumulada históricamente, desde el surgimiento del periodismo en el medio impreso, a finales

¹⁴ MARTINEZ, Lourdes. **Razón y Palabra**, <http://www.razonypalabra.org.m>. (diciembre 2004-enero 2005).

del siglo XV, hasta la práctica profesional en los medios audiovisuales, incluyendo el ejercicio en instituciones públicas o privadas, y se extiende en estos momentos a la práctica informativa especializada, investigativa y multimedia.

El concepto de “periodismo” se origina en las características del trabajo de la información de actualidad; su designación corresponde a la esencia de la actualidad periodística, que es el periodo: la segmentación de la actualidad en parcelas idénticas por medio de la frecuencia de comunicación de una publicación o emisión en un lapso determinado. La actualidad es el factor que convierte un hecho en digno de ser noticia, hasta el punto de que la actividad periodística se reconoce porque selecciona y difunde los llamados hechos de actualidad. Esto implica que la información acabe de producirse (o que se acabe de descubrir), que se dé a conocer en el mínimo espacio de tiempo posible, y que ese conocimiento circule entre un público amplio y masivo. Así la prensa emite sus mensajes de una sola vez; la televisión y la radio renuevan continuamente sus mensajes. Esta periodicidad del medio crea su propio tiempo e impone al público un determinado ritmo de suministro de información que equivale a una actualidad programada.

El concepto “periodismo” se encuentra en íntima interdependencia con otros, como son, entre otros, “información”, “interpretación”, “discurso informativo”, “noticia”, “medio informativo”, “política informativa”, “presente social”, “hechos”, “actualidad”, “inmediatez”, “producción informativa”, “planificación informativa”, “especialización”, etc.. Cada uno de ellos, designa actividades o características específicas de la labor profesional; pero formando parte de una totalidad en la que todos los conceptos son interdependientes. Por necesidades históricas y por las condiciones en las relaciones de poder de la sociedad actual, se mejora y se extiende el concepto a realidades más complejas, como “periodismo económico”, “periodismo cultural”, “periodismo político”, “periodismo de servicio”, “periodismo de investigación”, etc. Significa que mientras más se complejiza la realidad en todas las dimensiones los conceptos relacionados con el periodismo se especializan y sus contenidos abarcan aspectos más complejos.

Al comentar sobre periodismo, nuestro propósito es vincular el periodismo “hablado” con el léxico que el periodista maneja. El público escuchante, además de tomar atención de la noticia, también de manera espontánea, está aprendiendo voluntaria o involuntariamente las palabras. Si las palabras o frases son bien pronunciadas y bien concordantes irá a favor de la buena educación lingüística de los oyentes, caso contrario lo deformará.

4.4. LA PRENSA Y PERIODISMO

Etimológicamente, el término “prensa” significa la máquina de imprimir, desde que se inventó la imprenta en el siglo XV. En principio era de madera y se operaba a mano. Con la creación de la máquina de vapor, en el siglo XIX, y posteriormente con el invento de la electricidad, y recientemente, con la aplicación de los sistemas informáticos, se llega a las modernas y eficientes máquinas de hoy.

El término “prensa” lo designa todo: se nombra a todos periodistas, indistintamente a la función que desempeñan; a las prácticas que ejercen en todos los medios de difusión, tenga o no relación con la máquina que sirve para imprimir; al título de la credencial, entusiasmadamente sin importar que tenga o no que ver con el medio prensa, a una unidad de comunicaciones, sin darse cuenta que realizan un trabajo multimedia; a todo el gremio, sin percatarse de que trabajan para medios que no tienen como soporte el papel y la impresión, etc.

Igual ocurre con otros términos. Por “reportaje” se entiende cualquier información; por “crónica”, por “periodista”, un sonidista, un lector de noticias, un corrector de ortografía, un prensista, un “redactor”; por “profesional del periodismo”, etc. Circulan una cantidad de términos que, en lugar de unirlos la universalidad, la precisión y la claridad, se identifican por su ambigüedad y confusión; es que falta de fronteras bien delimitadas en el mundo profesional del periodismo. Significa que las acciones cotidianas en la producción de la información no están claramente definidas. No hay una clara distinción entre las experiencias concretas y las abstractas. Implica que con el uso del término “prensa” se dividen las unidades

discretas de los fenómenos que supone todo el quehacer periodístico. Consecuentemente, se funde unos fenómenos con otros. Resulta que, a diferencia de otros cambios profesionales, el gremio de periodistas no tiene bien diferenciado y designado su campo de actividades y los sujetos que las realizan, por ejemplo, se designa periodista a cualquiera, aun cuando no tenga que ver esencialmente con la construcción del presente social actual.

Obviamente, si todavía no se ha logrado conseguir esa clara distinción entre abstracción y práctica, resulta más cómodo designar como “prensa” todo lo que se refiere al periodismo que hacer la distinción de cada una de las actividades productivas relacionadas con la información periodística.

En esta discusión deben estar integrados: las universidades que ofrecen las carreras relacionadas a esta especialidad, bajo cuya responsabilidad está gran parte de la corrección del lenguaje técnico del campo profesional; los medios de comunicación social que son los responsables de producir y/o distribuir la información, que se constituyen en modelos en el uso del idioma; los comunicadores profesionales que son los encargados directos del buen uso de los términos que los denominan, y los investigadores especializados en el tema, que son los responsables de estar pulsando rigurosa y sistemáticamente lo que acontece en todo el campo profesional.

El medio escrito que es la prensa, suele ser leído por el locutor o periodista. Todo escrito generalmente está bien estructurado, por que pasa por revisiones hasta imprimirlo; sin embargo, al voltear la noticia o al interpretar, puede el locutor tergiversar el escrito cambiando por el lenguaje oral vulgar, y ése mensaje mal hablado, llega mal al radioescucha.

El concepto de periodista, ha ido evolucionando a los largo de su relativamente corta historia y ha ido ampliando sus acepciones a medida que se iba adaptando a los nuevos paradigmas comunicativos. Era periodista el que escribía en los periódicos, en esto se incluía, entre otros a políticos, intelectuales y escritores.

Pero no será hasta finales del siglo XIX y principios del XX cuando comience a formularse la concepción de profesión periodística debido al desarrollo de las empresas periodísticas, a la preocupación del Derecho por las profesiones y la política informativa de los fascismos europeos, factores que supusieron el marco de los primeros estatutos profesionales de periodistas. Sin embargo este incipiente concepto de periodista profesional no tardaría en quedarse obsoleto ante la aparición de la radio, la televisión y los nuevos medios informativos. Una profesión nueva y apenas bien definida se fracciona en múltiples actividades ante el empuje eruptivo de la información. Si la aparición de la radio y la televisión supuso un replanteamiento del concepto de periodista, esta situación se evidencia aún más con la irrupción de Internet y el desarrollo de los medios digitales que hacen cada vez más difícil converger en una definición que permita englobar las distintas manifestaciones y rutinas de la comunicación.

En el marco de la ambigüedad de términos, periodista, como oficio o como profesión, tradicionalmente ha sido entendido en su doble papel de transmisor e intérprete de la realidad. En nuestro medio por las especializaciones que se van dando en el trabajo periodístico, se va clarificando que, periodista es el profesional con preparación académica en las universidades e institutos superiores; razón por lo que maneja un lenguaje culto o medio. La actividad fundamental de periodista es indagar, investigar, ordenar, procesar y producir noticiarios en los medios de comunicación social. El periodista práctico es la persona que por tener experiencia en producir noticias se dedica a esta actividad, pudiendo ser profesional en el ramo o no. En cambio el locutor es la persona que sin ser profesional en el periodismo, por su voz timbrada, hace uso de los micrófonos de los medios para comunicar mensajes a los oyentes. En todo caso no es igual periodista con locutor, pero se relacionan por tener trabajo periodístico. Todo periodista es un locutor pero, no todo locutor es un periodista. El periodista práctico y el locutor se caracterizan en muchos casos por emitir palabras cortas, oraciones sin terminar, sus mensajes son desorganizados y utilizan vulgarismos. Los locutores son los que generalmente están frente a los micrófonos la mayor parte del tiempo, conduciendo programas musicales como: chichas, tekno-cumbias, tekno-huaynos, diversiones, concursos a través del teléfono.

4.5. EL LENGUAJE DE LOS LOCUTORES Y PERIODISTAS

El lenguaje es la específica facultad que el hombre tiene para poder expresar y comunicar sus pensamientos. En cualquier tipo de actividad, que desarrolle, en toda forma de ciencia o arte, en el vivir cotidiano, se necesita el uso corriente y constante de lo que se llama lenguaje.

“Analizando profundamente este instrumento de comunicación se concluye que sólo se puede interrelacionarse con otro ser humano, estudiar cualquier asignatura o expresarse abiertamente, en la medida que el lenguaje forma parte de un sistema de comunicación que es común. A partir de aquí se puede entonces definir el lenguaje como un sistema de comunicación mediante el cual se relacionan y entienden los individuos de una misma comunidad. Hay muchos lenguajes posibles: auditivo, visual, táctil, etc. El lenguaje auditivo es correlativo con la **facultad de hablar** (por lo que también lenguaje articulado) y constituye el objeto de la **ciencia llamada lingüística**, que es, pues, la ciencia del lenguaje articulado”¹⁵, que precisamente son utilizados por los locutores y periodistas.

El lenguaje, es todo medio que permite transmitir y recepcionar información. Esta definición, es demasiado amplia, pues incluye la actividad comunicativa del hombre, de los animales, y hasta de las máquinas. La gallina con su cacareo llama a sus pollitos cuando encuentra el grano, el perro expresa su alegría moviendo el rabo; los satélites informan el estado del tiempo, como los computadores nos proporcionan una variedad de datos. Entonces, hay varias clases de lenguaje como el auditivo, visual (las señales de tránsito, de humo), mímico (utilizado por los sordo mudos), etc.

4.5.1. El lenguaje radiofónico

La reproducción auditiva de la realidad, provocan una representación fiel de una determinada realidad, hecho o acción. Cada cosa tiene su sonido característico,

¹⁵ Enciclopedia Océano. Lingüística, Pág. 13

que al ser reproducida, mentalmente podemos “ver” la cosa a la cual identifica. Los efectos sonoros desempeñan un papel no menos importante que la música. Es importante recordar que, en un programa musical donde tanto la palabra, la música y los efectos sonoros estén presentes, siempre será bien recibido por los oyentes, aunque el locutor no hable bien; en cambio en un programa donde no hay música, o ésta sea insuficiente, el interés del oyente decaerá notablemente.

La radio nos permite crear en el oyente una serie de imágenes auditivas, para que él vaya viendo, imaginando y reproduciendo una determinada situación, tan real como si la estuviera viendo. Para lograr esto, se utiliza el lenguaje radiofónico como la palabra, la música y los efectos sonoros.

4.5.2. La palabra

La palabra es un elemento fundamental en el medio radial, porque transmite vida, calor humano, comunica, ideas, contenidos, mensajes, etc. He aquí algunas de sus características:

- a) La entonación.- En la radio la entonación de las palabras, frases y oraciones deben estar de acuerdo con el contenido de los mismos; en esta entonación debe expresarse la voz cálida, vibrante y emotiva del locutor.
- b) El lenguaje amical.- La radio nos aproxima al oyente, es por esa misma razón la utilización del diálogo; en consecuencia lo que debemos de hacer es conversar, platicar, dialogar con nuestros oyentes.
- c) El lenguaje motivador de imágenes auditivas.- El lenguaje hablado debe comunicar al oyente, una serie de imágenes auditivas, apoyándose en la música y en los efectos sonoros, que le permitan ver una determinada situación, que le propone el locutor.

4.5.3. La lengua y sus variedades

Entendido que el lenguaje es un fenómeno universal de comunicación perteneciente a los hombres; desde el punto de vista del lenguaje articulado, recibe el

nombre de lengua, y en efecto, existen sociedades que se entienden en francés, inglés, español, alemán, quechua, aymara, jacaru, etc.

Esa lengua, es un sistema de signos verbales para la intercomunicación de los hombres. La lengua es una categoría lingüística que engloba un determinado vocabulario, leyes gramaticales y fonéticas, y que constituye un conjunto de recursos que se utiliza para la comunicación. La lengua no es más que una determinada parte del lenguaje.

Los hispanohablantes se comunican mediante el mismo código lingüístico, ya que, aunque presenta diferencias, son más numerosos los rasgos comunes que lo configuran y que además constituyen lo que se llama lengua estándar, cuyo modelo coincide, en general, con la lengua escrita y también con la lengua culta, modelo ideal de lengua al que deben llegar los hablantes, porque la lengua, además de vehículo de comunicación, es un rasgo de cultura. Con las variedades lingüísticas se enriquecen las lenguas; así se pueden distinguir cuatro variedades:

- Variedades Sociales o Diastráticas
- Variedades Geográficas o Diatópicas
- Variedades Históricas o Diacrónicas
- Variedades Situación o Diafásicas.

4.5.3.1. Variedades Sociales o Diastráticas

Son las variedades de lengua relacionadas con la distribución y estratificación de los hablantes, diferencias de expresión observadas en los individuos pertenecientes a las distintas clases sociales. Una lengua varía por estratos sociales. Socialmente una lengua cambia diastráticamente, donde es importante considerar el nivel cultural, nivel de instrucción, procedencia (rural o urbana), condición social y económica, etc. De ahí que se habla de un dialecto social. Ejemplo: el castellano hablado por las clases económicamente privilegiadas, varía respecto al castellano hablado por los obreros, de la misma forma, el español hablado por un campesino

respecto al castellano hablado por un residente en Lima o Arequipa. El dominio de la lengua es distinto en los individuos según el nivel de educación que hayan recibido; así, se pueden distinguir cuatro niveles de uso, atendiendo a las diferencias socioculturales de los hablantes: nivel culto, nivel medio, nivel coloquial y nivel vulgar.

a) Nivel culto

El nivel culto utiliza la lengua con toda la expansión de sus posibilidades, cuidándolo en todos sus planos. Utilizan las personas que tienen cultura e instruidas. Se caracteriza por una forma de expresión elaborada y cuidada, selección de los signos lingüísticos, corrección sintáctica y propiedad léxica, de acuerdo con la norma culta. Busca la originalidad y el rigor en la expresión:

Las características del nivel culto:

- Riqueza de vocabulario
- Pronunciación correcta, cuidada y adecuada
- Mensajes con orden lógico
- Uso de cultismos (palabras que proceden del griego o del latín).
- El lenguaje del nivel culto, es el lenguaje científico o técnico: se emplea para hablar o escribir sobre un área determinada de la ciencia o la cultura.
- El lenguaje literario pertenece al nivel culto, es el nivel más alto de uso de la lengua, es el más elaborado. Es muy importante el contenido (lo que se dice) y la forma del mensaje (cómo se dice). Utiliza recursos para embellecer el lenguaje: comparaciones, metáforas, sentidos figurados.

b) Nivel medio

El nivel medio sigue la norma lingüística de la lengua, aunque es menos meticuloso que el culto. Su uso más frecuente se da en los medios de comunicación social. La lengua utilizada es común a la gran mayoría de hablantes que pertenecen a un nivel sociocultural medio. Los comunicadores sociales como los locutores o

periodistas, deben estar ubicados por lo menos en este nivel medio del manejo lingüístico.

c) Nivel coloquial

El nivel informal, común o coloquial es el que utiliza los hablantes, con independencia del nivel cultural que posean, como de expresión habitual y uso relajado cuando hablan con familiares y amigos. Los rasgos característicos de la lengua informal son la subjetividad del hablante, la economía de medios lingüísticos (uso de palabra comodín: *cosa, esto, entonces...*; verbos plurisignificativos como *hacer, tener...*; utilización de interrogaciones y exclamaciones del tipo *¿qué me dices?, ¿sabes lo que digo?, ¡anda!*; uso de frases hechas y proverbiales como *así es la vida; más vale pájaro en mano... tirar la piedra y esconder la mano*; empleo de un lenguaje figurado *estoy piña*; y apelación al oyente: *y tú ¿qué crees?*.

El nivel informal, conocido también por común o coloquial, tiene estas características:

- Es de habla familiar
- Es espontáneo y natural aunque, a veces, tiene algunas incorrecciones
- Es muy expresivo y tiene muchos matices afectivos
- A veces se descuida la pronunciación. Ej. *Voy al "cole", ya "pe"*, etc.

d) Nivel vulgar

Vulgarismo¹⁶.- Es uno de los nombres dados a las formas lingüísticas menos prestigiosas. Estos pueden ser léxicos, prosódicos, morfológicos y sintácticos.

Es habitual que las innovaciones sean tenidas por menos prestigiosas y las formas más conservadoras tengan más prestigio. Esto es así incluso en el caso de que la forma innovadora sea la usada por la práctica totalidad de los hablantes.

¹⁶ Internet.<http://es.wikipedia.org/wiki/vulgarismo>

El nivel vulgar es el utilizado por los hablantes que no han recibido una educación suficiente, por lo que su conocimiento de la norma lingüística es muy deficiente. El rasgo peculiar de este nivel es la alteración de las normas de la lengua y la utilización de particularidades lingüísticas que se conocen como vulgarismos.

En el español, las incorrecciones o los vulgarismos se presentan en el plano: fónico, morfológico, sintáctico y en el plano léxico semántico. Esta clasificación, la utilizaremos como patrón, para clasificar las incorrecciones lingüísticas del presente trabajo de investigación.

1. Las incorrecciones más frecuentes en el plano fónico:

Fónico es lo relativo a la voz o sonido, es la secuencia de **fonemas** en la cadena **hablada**. Separación entre sí mediante pausas que permiten respirar a la persona que habla. Formado por varias palabras (grupos tónicos).

- Metátasis o cambio de posición de los fonemas: *Grabiel* por *Gabriel*, *probe* por *pobre*.
- Permutación de los fonemas /b/ y /g/: *agüelo* por *abuelo*, *abuja* por *aguja*
- Desarrollo de una 'g' ante el diptongo 'ue': *güevo*, *güeso*.
- Alteraciones vocálicas por confusión de prefijos: *dispertar* y *sigún* por *despertar* y *según*
- Relajación de los fonemas /d/, /g/ y /r/: *auja* por *aguja*, *pá* por *para*, *peazo* por *pedazo*.
- Ultracorrección: *bacalado* por *bacalao*, *bancané* por *Huancané*.
- Alteración de /l/ y /r/: *arquiler...*

2. Las incorrecciones más frecuentes en el plano morfológico:

Lo Morfológico, estudia la estructura y la forma de la palabra, tanto en su flexión como en los procesos de formación de otras palabras.

- Cambio de género: *la programa* por *el programa*, *la tema* por *el tema*

- Formas pronominales incorrectas: *siéntensen* por *siéntense*, *vanan ser* por *van a ser*, *inglesia* por *iglesia*.
- Alteraciones verbales: *cantastes* por *cantaste*.
- Alteración en el orden de los pronombres personales *me, te, se*: *me se vió* por *se me vió*.

3. Las incorrecciones más frecuentes en el plano sintáctico

Lo sintáctico, se ocupa de las reglas mediante las cuales se combinan las unidades lingüísticas para formar la oración. Enseña a coordinar y unir palabras para formar oraciones y expresar conceptos.

- Laísmo y loísmo: *la miré las manos* por *le miré las manos*; *lo di un bofetón* por *le di un bofetón* (son complementos indirectos)
- Concordancias incorrectas, *haber* con valor impersonal: *habían muchas personas* por *había muchas personas*.
- Discordancia: *se da como seguro la discusión* por *se da como segura la discusión*.

4. Las incorrecciones más frecuentes en el plano léxico semántico

Léxico-semántico, es el caudal de voces o vocabulario y el significado de las palabras de una lengua.

- Uso de formas verbales arcaizantes: *semos* por *somos*
- Partículas o formas de empleos arcaicas: *endenantes*
- Usos inapropiados de las preposiciones: *pensando de que* por *pensando que* (este fenómeno llamado dequeísmo es frecuente en el uso coloquial).
- Empleo de palabras malsonantes, que, aunque no sean incorrectas, se consideran vulgarismos léxicos.

En resumen, el lenguaje vulgar, lo utilizan las personas de poca cultura, y éstas son sus características principales:

- Utilizan pocas palabras
- Oraciones cortas y sin terminar
- Utilizan vulgarismos: Ej. *En acá, en allá, hayga, vanan decir*, etc.
- Los mensajes están desorganizados, no siguen un orden lógico
- Abusan de apelaciones al interlocutor: *¿te das cuenta?, ¿sabes?*.
- Hablan siempre igual; no se adaptan a las situaciones de comunicación: Público, amigos, televisión,
- Utilizan muchas frases hechas.

Cuando una forma antigua es más prestigiosa que la moderna, se habla de arcaísmo. Por ejemplo, en España la palabra *fierro* se considera un arcaísmo. En Chile, en cambio, *hierro* pertenece exclusivamente al lenguaje literario y excesivamente formal

Puede ser también el caso de competencia entre formas igualmente antiguas, una de las cuales es tenida por menos prestigiosa. Por ejemplo *entonce* (forma menos prestigiosa) frente a *entonces*. Igualmente puede suceder que la forma sea la que es tenida por prestigiosa. En la lista siguiente encontramos *prever*, forma moderna creada a partir de *pre* y *ver*, y que se tiene por más prestigiosa que *preveer*, que es la forma patrimonial castellana y mayoritariamente usada.

El diferente prestigio de las distintas formas es una cuestión puramente social (por que a veces se intente dar justificaciones lingüísticas como la etimología o la *lógica* de la lengua). Ninguna forma es mejor que otra en sí misma, pero sin embargo hay que someternos a las reglas gramaticales, lo que implica manejar el lenguaje tal como sugiere la gramática española. Los ejemplos de formas más o menos prestigiosas utilizadas por los pobladores de las ciudades de Juliaca y Puno, aparte de la lista de vulgarismos de los comunicadores sociales que presentamos más adelante, son estas que se escuchan frecuentemente:

FORMA MENOS PRESTIGIOSA	FORMA MÁS PRESTIGIOSA
Ande	Donde
Haiga	Haya
Habemos	Hemos
Mirastes	Miraste
Preveer (ver)	Prever
Engrampadora	Engrapadora
Climatérico (tiempo)	Climatológico
Cónyugue	Cónyuge
A costilla de	A costa de
¿onta?	¿Dónde estás?
Vanan decir	Van a decir
Túpido	Tupido
En acá	Acá
Lucma	Lúcuma
Sandilia	Sandía

La lengua vulgar es aquella en que se observan numerosas desviaciones de las normas de corrección, en cambio la lengua culta es cuidada en su elaboración. Se advierte un ajuste permanente a las normas de corrección y también claridad y riqueza de vocabulario. La normativa como disciplina educativa, recomienda sólo formas cultas, que son las que emplea la gente de buena educación idiomática, en cada circunstancia. Si se escribe “rosto”, dirá probablemente “cara” al hablar, pero evitará “jeta”, y reservará “facha” para uso familiar o coloquial¹⁷ y con valor despectivo o pintoresco. Las formas cultas dan la norma de corrección, a los que deben de sujetarse los comunicadores sociales dado su alta posición de educación; sin embargo, como esta forma culta es de los literatos y de los científicos, exigimos a los locutores o periodistas por lo menos manejen el lenguaje del nivel medio, por su

¹⁷ Es fácil de reconocer la existencia de una lengua coloquial, conversacional, propia de la expresión oral, que difiere por regla general bastante de la lengua escrita. La espontaneidad característica de la comunicación oral hace que se utilicen giros o formas determinadas que no siempre se adecuan a la comunicación por escrito que generalmente es más elaborado.

alta misión formadora en el campo del lenguaje y no llegar al nivel coloquial menos al nivel vulgar.

En el ámbito geográfico de nuestro estudio, los vulgarismos más frecuentes se producen en el campo fónico, morfológico y sintáctico, pero muy poco en el campo léxico semántico. Ejemplos:

- En lo fónico:** túpido por tupido, lucma por lúcumá.
- En lo morfológico:** hayga por haya. Denme por deme, sandilia por Sandía.
- En lo sintáctico:** ...el programa de inauguración, la misma que iniciará...

En seguida, pasamos solamente a conceptualizar de manera general las otras tres variedades que son las variedades geográficas o diatópicas, históricas o diacrónicas y la situación diafásicas.

4.5.3.2. Variedades Geográficas o Diatópicas

La lengua presenta múltiples variedades diatópicas, geográficas o dialectales; son aquellas que relacionan al hablante con su origen territorial. Tradicionalmente se han denominado dialectos¹⁸, porque este fenómeno hace referencia a la variedad que adopta una lengua en una cierta área de su dominio espacial. Son variedades geográficas las llamadas lenguas regionales, los dialectos y las hablas locales.

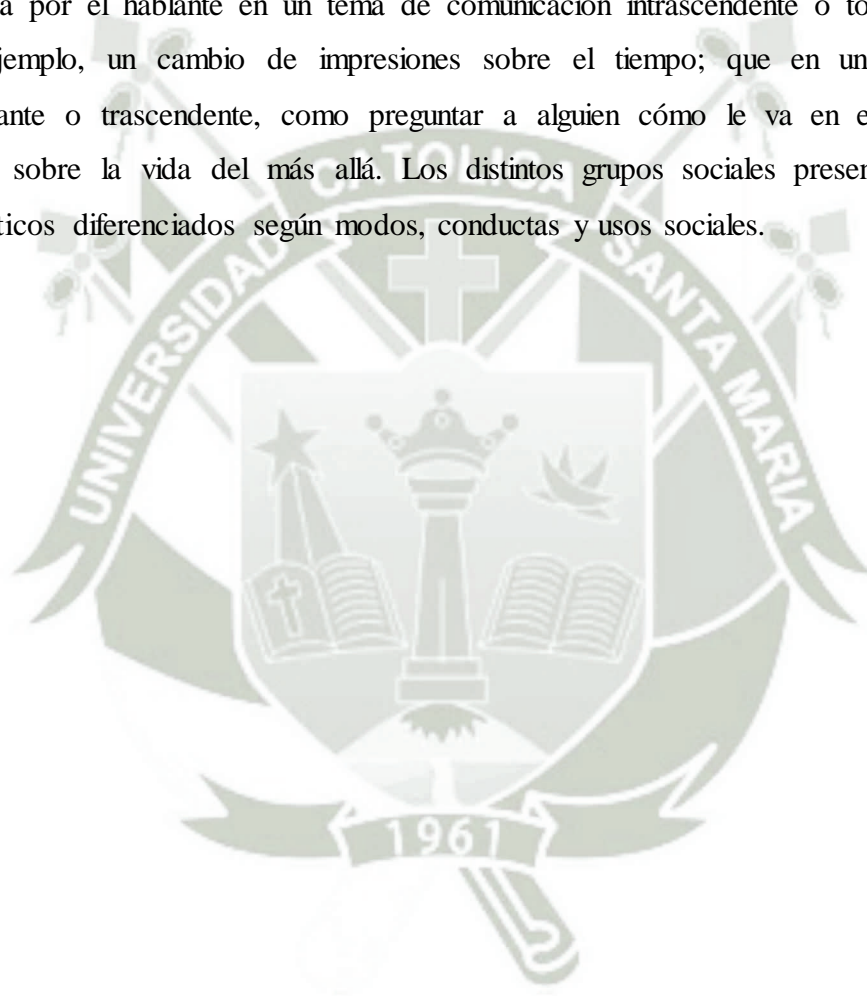
4.5.3.3. Variedades Históricas o Diacrónicas

Son las variedades que presentan la lengua a lo largo de la historia, su evolución, estudio que corresponde a la gramática histórica o diacrónica, como el uso u origen del voceo.

¹⁸ Dialecto es un sistema de signos, desgajado de una lengua común viva o desaparecida; normalmente, con una concreta limitación geográfica, pero sin una fuerte diferenciación frente a otro de origen común.

4.5.3.4. Variedades de Situación o Diafásicas

Son las variedades que presenta la lengua según la selección de modalidad de expresión que se escoja, en función de la situación comunicativa, de la intencionalidad del emisor o de la naturaleza del receptor, por ejemplo: una muchacha habla de sus relaciones amorosas de forma distinta, según que el interlocutor sea su madre o una amiga. Igualmente, es distinta la forma de expresión utilizada por el hablante en un tema de comunicación intrascendente o tópico, como por ejemplo, un cambio de impresiones sobre el tiempo; que en un tema más importante o trascendente, como preguntar a alguien cómo le va en el trabajo u opinar sobre la vida del más allá. Los distintos grupos sociales presentan hábitos lingüísticos diferenciados según modos, conductas y usos sociales.



CAPÍTULO V

DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. MÉTODO Y DISEÑO

La investigación de este trabajo se hizo partiendo de la descripción de las expresiones orales de los locutores y periodistas, de las radioemisoras que se escuchan en la ciudad de Juliaca y, en los otros tres distritos pertenecientes a su provincia de San Román: Caracoto, Cabanillas y Cabana, en cuyos oyentes influyen con su lenguaje hablado.

Las palabras vulgares emitidas por los comunicadores sociales, fueron detectadas a través de las encuestas hechas a los radioyentes, a los administradores de las radios y a los propios locutores o periodistas; asimismo, grabadas en cinta magnetofónica, y luego registradas en una lista de palabras o frases vulgares; de aquí que nuestra metodología y diseño de investigación fue el siguiente:

5.1.1. **Método de investigación:** Científico

5.1.2. **Tipo de Investigación:** Según su aplicación, es del tipo **básico**, porque no busca nuevos conocimientos, ni se interesa por su aplicación inmediata, sino, a partir del conocimiento del fenómeno descrito y explicado, se haga la cadena de nuevos conocimientos (Cardoso Montoya, César y Zuniri Chira, Walter).

5.1.3. **Nivel de Investigación:** Según su naturaleza o profundidad es del nivel **descriptivo y explicativo**.

5.1.4. **Paradigma de Investigación: Cuantitativo.**

5.1.5. **Diseño de Investigación:** Es el tipo no experimental, descriptivo-explicativo. Esa relación locutor oyente, fue descrita y explicada como causa y efecto.

5.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES
1. VARIABLE INDEPENDIENTE: EL LENGUAJE VULGAR	Lenguaje hablado o Articulado	1.1. Nivel Académico	-Periodistas profesionales -Periodistas prácticos -Locutores
		1.2. Programas radiales que conducen	-Música vernácula -Música chicha -Informativo -Noticieros
	Escrito	-----	-----
2. VARIABLE DEPENDIENTE: EDUCACIÓN LINGÜÍSTICA	Lenguaje hablado o articulado	2.1. Niveles del lenguaje: culto, medio o vulgar	-Comunicaciones diarias
		2.2. Cultura	-Quechua -Aymara -Pluricultural
	Escrito	-----	-----

5.2.1. Variable Independiente: Lenguaje vulgar de los locutores y periodistas.

Dimensión 1: lenguaje hablado o articulado

El lenguaje puede ser hablado o escrito, en este caso, para el estudio del lenguaje vulgar de los locutores y periodistas, sólo se ha tomado en cuenta el lenguaje hablado o articulado, puesto que eso es lo que hacen desde los micrófonos de las emisoras radiales.

Indicador 1.1: Nivel académico.

La calidad del lenguaje hablado, depende del nivel académico que tiene el emisor, los conductores de los distintos programas radiales o bien son periodistas profesionales en el ramo, periodistas prácticos que son profesionales en otro campo del saber que no es precisamente el de comunicador social, o son locutores que generalmente no tienen estudios superiores, sino, apenas poseen secundaria en algunos casos, los mismo que influirán con su lenguaje en los oyentes.

Indicador 1.2

Otro campo en donde están los indicadores del lenguaje vulgar, es en la producción de los programas radiales: música vernácula, música chicha, informativos y noticieros. Los conductores de la música vernácula y música chicha, son generalmente de bajo nivel académico y por ende, los que emiten más palabras vulgares; mientras los conductores de los informativos de alguna entidad pública o privada que salen con fines de propaganda o publicidad, son profesionales del ramo o de otra carrera, pero hablan bien el español, al igual que los periodistas de los noticieros que generalmente son profesores, a quienes podemos decir que en su gran mayoría manejan el lenguaje del nivel medio, aceptable, aunque la idea es que se el culto.

5.2.2. Variable Dependiente: Educación lingüística de los oyentes.

Dimensión 2: Lenguaje hablado o articulado

La población que escucha radio, capta con los oídos, el lenguaje emitido por los locutores o periodistas desde la radio. Generalmente, el aprendizaje de las palabras o frases es espontáneo o involuntario, cuando escuchan música, informativo o noticiero, donde el comunicador social intercala con su voz y su léxico. Esta educación lingüística de los oyentes es aprendida y reproducida como normal en su comunicación diaria, no sabiendo si las palabras son cultas o vulgares que pueda ir en contra de una correcta educación lingüística.

Indicador 2.1: Niveles de lenguaje: culto, medio o vulgar

Los radioyentes, internalizan el lenguaje del locutor o periodista, no sabiendo si es un lenguaje de nivel culto, medio, coloquial o vulgar, y luego lo reproducen en su comunicación diaria. Algunos pobladores de la región altiplánica, lo expresan tal como escucharon en la radio, y eso no es ni una variante de la lengua española ni tampoco un dialecto, sino, son palabras vulgares reñidas por las reglas gramaticales españolas.

Indicador 2.2: Cultura.

La provincia de San Román con sus cuatro distritos: Juliaca, Caracoto, Cabanillas y Cabana, ámbitos poblacionales en estudio; se caracterizan por ser multilingües y pluriculturales. Juliaca en particular es cosmopolita y sui géneris en el Perú, donde hablan el quechua, el aymara y también el español. Las lenguas originarias con sus peculiaridades en el campo fonético, es posible que incidan en la segunda lengua que es el español, puesto que el quechua hablante o el aymara hablante, se expresa más con las vocales¹⁹ *i,u,a*; muy pocas veces con las vocales *o,e*,

¹⁹ MAMANI ARQUIPA, Hugo Faustino. **Compendio de la Gramática Quechua**. Separata del curso Taller de Capacitadores y Formadores en Educación Intercultural Bilingüe, llevado a cabo en el Instituto Superior Pedagógico Público de Juliaca. El Quechua de la escuela cusqueña reconoce las cinco vocales del alfabeto pero, la escuela puneña y el Ministerio de Educación sólo: *i-u-a*.

los cuales podrían conducir en errores de fonética llamadas motes; pero eso no puede ser justificación para un buen hablar del español, puesto que hay gentes de lenguaje coordinado, o sea que hablan bien su lengua materna y las segundas lenguas; esto significa indudablemente que tuvo buena formación académica

5.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

5.3.1. Población

En la provincia de San Román según el INEI tenemos 144,316 pobladores año 2006.

DISTRITOS DE LA PROV. DE SAN ROMÁN	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Cabana	2,841	1.96
Cabanillas	3,196	2.21
Caracoto	4,080	2.83
Juliaca	134,199	92.99
TOTAL	144,316	100.00

Fuente: INEI PUNO

5.3.2. Muestra

Tomando como referencia a Hernández Fernández y Batista (1991), se determinó la muestra a través del sistema de muestreo probabilístico aleatorio simple para obtener en forma proporcional en los distritos

(Cabana, Cabanillas, Caracoto y Juliaca) de la Provincia de San Román, aplicando la siguiente fórmula.

1) Se determina el tamaño de muestra preliminar

$$n_0 = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Donde:

N_0 : Tamaño de muestra preliminar.

Z: Valora de la distribución normal estándar asociado al 95% de confianza (1.96) o nivel de significancia ($\alpha = 0.05$)

P,Q: Proporciones de muestro.

E: nivel de error que estamos dispuestos a cometer (10% del parámetro: P).

2) Se observa la condición:

$$\text{Si } \left(\frac{n_0}{N} \right) 100 \geq \alpha, \text{ Entonces se corrige la muestra por } n$$

3) Corrección del tamaño de muestra es

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}}$$

PROVINCIA DE SAN ROMÁN

1) Se determina el tamaño de muestra preliminar

N_0 : 144,316

Z: Valor de la distribución normal estándar asociado al 95% de confianza (1.96) o nivel de significancia ($\alpha = 0.05$)

P,Q: 0.5

E: 10% del parámetro P

$$n_0 = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384.14588$$

2) Se observa la condición:

$$Si \left(\frac{384.14588}{144,316} \right) * 100 = 0.266 \geq \alpha, \text{ Entonces se corrige la muestra por n.}$$

3) Corrección del tamaño de muestra es

$$n = \frac{384.14588}{1 + \frac{(384.14588 - 1)}{144,316}} = 383.129 \approx 383$$

PROPORCIÓN PARA EL NÚMERO DE ENCUESTAS APLICADAS

DISTRITOS DE LA PROV. DE SAN ROMÁN	PORCENTAJE	MUESTRA
Cabana	1.96	07
Cabanillas	2.22	09
Caracoto	2.83	11
Juliaca	92.99	356
TOTAL	100.00	383

Elaboración: El ejecutor

5.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

5.4.1. Técnica: La encuesta.

Las encuestas se aplicaron a:

- Los locutores y periodistas
- Los administradores de las radioemisoras y,
- La población oyente.

5.4.2. Instrumentos:

Los instrumentos que se aplicaron son:

- Cuestionario
- Ficha de registro de las palabras o frases vulgares de los locutores y periodistas, el nombre del programa, la hora que se emite, la emisora y, el nombre del comunicador social.
- Grabación en cinta magnetofónica de las palabras o frases vulgares emitidas por locutores y periodistas
- Se aplicaron cuadros y gráficos.

CAPÍTULO VI

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL NIVEL DE INFLUENCIA DEL LENGUAJE VULGAR

PROCESO ESTADÍSTICO

OBJETIVO GENERAL: Determinar el nivel de influencia del lenguaje vulgar de los locutores y periodistas, en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román-Puno-2006.

CUADRO 1

N°	CI	F	Pm	f*pm
1	49-56	18	52.5	945.0
2	41-48	26	44.0	1144.0
3	33-40	23	36.5	839.5
4	25-32	108	28.5	3078.0
5	17-24	99	20.5	2029.5
6	9-16	88	12.5	1100.0
7	1-8	21	4.5	94.5
TOTAL	i=8	383	199	9230.5

Fuente: El ejecutor

Julio-2006

$$M = \frac{\sum f * pm}{\sum f}$$

$$M = \frac{92305}{383} = 24.10$$

Donde:

M = Media aritmética

f =Frecuencia.

pm = Punto medio

CUADRO 2

N°	CI	f	d	fd	fd ²
1	49-56	18	3	54	162
2	41-48	26	2	52	104
3	33-40	23	1	23	23
4	25-32	108	0	0	0
5	17-24	99	-1	-99	99
6	9-16	88	-2	-176	352
7	1-8	21	-3	-63	189
TOTAL	I=8	383		-209	929

Elaboración: El ejecutor

$$DS = i \sqrt{\frac{\sum fd^2}{N} - \left| \frac{\sum fd}{N} \right|^2}$$

$$DS = 8 \sqrt{\frac{929}{383} - \left| \frac{-209}{383} \right|^2}$$

$$DS = 11.67$$

Donde:

DS = Desviación estándar.

d = desviaciones abreviadas

f = frecuencia

N = total de muestra

Hallando la zona de normalidad de la distribución para lo cual hallaremos los puntos críticos (PC1, PC2) o puntos límites de dicha zona de normalidad (ZN).

$$PC1 = M - DS$$

$$PC1 = 24.10 - 11.67 = 12.43$$

$$PC2 = M + DS$$

$$PC2 = 24.10 + 11.67 = 35.77$$

Por lo tanto la normalidad va desde 12 hasta 36

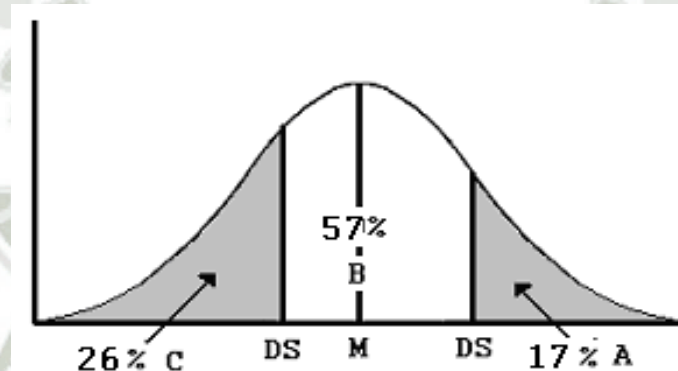
CUADRO 3

N°	CI	f		
1	49-56	15	A	64 encuestados 17%
2	41-48	26		
3	33-40	23		
4	25-32	115	B	(ZN) 218 encuestados 57%
5	17-24	103		
6	9-16	87	C	101 encuestados 26%
7	1-8	14		
TOTAL	I=4	383		

Elaboración: El ejecutor

Construyendo el polígono de frecuencias y determinado el porcentaje de los datos que abarca dentro de sus límites.

FIGURA DEL CUADRO 3



La influencia del lenguaje vulgar hacia los locutores y periodistas son:

- El 17% de los locutores y periodistas tiene un nivel de influencia alto o positivo con los radioyentes respecto al promedio.
- El 57% de los locutores y periodistas tiene un nivel de influencia normal con respecto al promedio
- El 26% de los locutores y periodistas tiene un nivel bajo de influencia o negativa con lo radioyentes respecto al promedio

De todos los encuestados, hay un buen porcentaje (17 %) que dicen que el lenguaje de los locutores y periodistas sí influyen en los oyentes, lo que nos permite saber, qué palabras son esas las que consideran vulgares, qué comunicadores

sociales son los que más cometen incorrecciones lingüísticas, en qué tipo de programas radiales y éstos locutores y periodistas qué nivel de instrucción tienen.

Coefficiente de Variabilidad

$$CV = \frac{100(DS)}{M}$$

$$CV = \frac{100 * 11.67}{24.10} = 58.05$$

El valor del coeficiente de variabilidad es de 58.05 mayor al límite de 33% por lo tanto la distribución de nuestros datos no son homogéneos

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Identificar las palabras y frases vulgares emitidas por los locutores y periodistas, en el lenguaje de los oyentes.

CUADRO 4

LENGUAJE VULGAR UTILIZADO POR LOS LOCUTORES Y PERIODISTAS

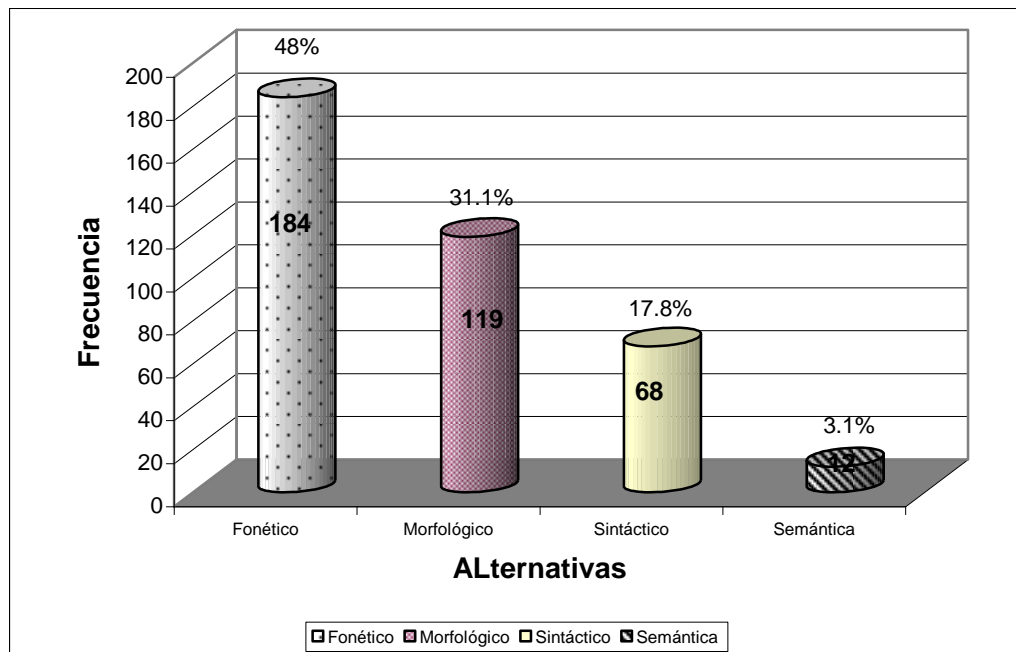
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fónico	184	48.0
Morfológico	119	31.1
Sintáctico	68	17.8
Léxico Semántico	12	3.1
TOTAL	383	100.0

Fuente: Cuestionario

Elaboración: El ejecutor

GRÁFICA DEL CUADRO 4

LENGUAJE VULGAR UTILIZADO POR LOS LOCUTORES Y PERIODISTAS



Fuente: Cuadro 4

Elaboración: El ejecutor

INTERPRETACIÓN

En el cuadro anterior, observamos que de un total de 383 encuestados; 184 radioyentes que con un 48.0% emiten palabra o frases con un lenguaje vulgar en el plano fonético; 119 encuestados con un 31.1% emiten palabra o frases con un lenguaje vulgar en el plano morfológico; y 68 encuestados con un 17.8% emiten palabra o frases con un lenguaje vulgar en el plano Sintáctico, finalmente 12 encuestados que hacen un 3.1 % emiten palabra o frases con un lenguaje vulgar en el plano léxico semántico.

El cuadro nos muestra que los locutores y periodistas tiene problemas frecuentes en la difusión de palabra o frases en cuanto a su lenguaje vulgar en el plano fonético con un 48% y en el plano morfológico 31.1%

Pasamos a identificar las palabras y frases vulgares expresadas desde las radioemisoras por los locutores y periodistas, las mismas que fueron mencionadas por los encuestados y es más, hemos registrado en una ficha de seguimiento y grabado en cinta magnetofónica.

1. VULGARISMOS EN EL PLANO FÓNICO (sonido simple)

FORMA	DICEN ESTAS INCORRECCIONES	DEBE DECIRSE	TIPO DE PROGRAMA EN QUE SE INCIDE
FCPF Fónico: cambio de posición de fonemas (sonido)	-Haiga	-Haya	-Música folklórica informativos y noticieros y todos
FAV Fónico alteraciones vocálicas por	- Micaela - Pronunciamiento - Cuntubernio - Vertir -Sian dado -Campión -Diabetes	- Micaela - Pronunciamiento - Contubernio - Verter - Se han dado -Campeón -Diabetes	- Informativo -Música: Folklorica, Tekno cumbias, Chichas
FU Fónico: Ultracorrección	-Concretizar -Túpido -Cosmopólita	-Concretar -Tupido -Cosmopolita	-Noticiero -Música: folklórica, chicha -Informativo
FPF Fónico: Permutación de los fonemas	-Interperie -Vuelga	-Intemperie -Huelga	-Informativos y Noticieros

2. VULGARISMOS EN EL PLANO MORFOLÓGICO (forma)

FORMA	DICEN ESTAS INCORRECCIONES	DEBE DECIRSE	TIPO DE PROGRAMA EN QUE SE INCIDE
<p>MCG</p> <p>Morfológico: Cambio de Género</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La tema -La programa -La mapa -La elección anulado 	<ul style="list-style-type: none"> -El tema -El programa -El mapa -La elección anulada 	<ul style="list-style-type: none"> -Música: folklórica, chicha, e informativos.
<p>MFPI</p> <p>Morfológico: Formas pronominales incorrectas</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Interponido -Vanan hacer -Nos hay que ir -Vanan decir 	<ul style="list-style-type: none"> -Interpuesto -Van a hacer -Hay que irnos -Van a decir 	<ul style="list-style-type: none"> -Informativo -Música. Folklorica, Tekno cumbias, Chichas
<p>MAV</p> <p>Morfológico: Alteraciones Verbales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Oponido -Venguen -Haguen -Nadies -Digistes -Estuvistes -Climatérico (tiempo) -Preveer (ver) 	<ul style="list-style-type: none"> -Opuesto -Vengan -Hagan -Nadie -Digiste -Estuviste -Climatológico -Prever 	<ul style="list-style-type: none"> -Música: folklórica, chicha -Informativo

3. VULGARISMOS EN EL PLANO SINTÁCTICO (coordinación de palabras)

FORMA	DICEN ESTAS INCORRECCIONES	DEBE DECIRSE	TIPO DE PROGRAMA EN QUE SE INCIDE
<p>SCI Sintáctico: Concordancias Incorrectas</p>	<p>-Cinco horas de la mañana -Cinco horas de la tarde -No los ha traído el DNI -Aperturar el año escolar (cosa) -Ciudad imperial del Cusco -Ciudad rosada de Lampa -Ciudad blanca de Arequipa -Ciudad chirihuana de Huancané -Ciudad lacustre de Puno -Levantamiento del cadáver fallecido -El río Ramis Colapsa</p>	<p>-Cinco horas o cinco de la mañana -Diecisiete horas o cinco de la tarde -Nos lo traído el DNI -Iniciar el año escolar -Ciudad Imperial. Cusco -Ciudad Rosada. Lampa -Ciudad Blanca. Arequipa -Ciudad Chirihuana. Huancané -Ciudad Lacustre. Puno -Levantamiento del cadáver. -El río Ramis se desborda o el puente Ramis colapsa.</p>	<p>-Música folklórica, chichas, informativos y noticieros</p>
<p>SD Sintáctico: Discordancia</p>	<p>-La norma es claro -Una cosa bien claro -Se da por seguro la bronca -El programa de aniversario...la misma se llevará a cabo... -Viene haciendo lo mejor que le parezca</p>	<p>-La norma es clara -Una cosa bien clara -Se da por segura la bronca -El programa de aniversario...el mismo se llevará a cabo. -Viene haciendo lo mejor que le parece</p>	<p>-Informativo -Música. Folklórica, Terno cumbias, Chichas</p>

4. VULGARISMOS EN EL PLANO LÉXICO SEMÁNTICO (dicción-sinónimos)

FORMA	DICEN ESTAS INCORRECCIONES	DEBE DECIRSE	TIPO DE PROGRAMA EN QUE SE INCIDE
LS: PFEA Léxico Semántico: Partículas o formas de empleos arcaicas	-En acá -En allá -Las canciones musicales	-Acá -Allá -Las canciones	-Música folklórica informativos y
LS: EPM Léxico Semántico: Empleo de palabras mal Sonantes	-Endenantes -Borrigo Maestre (insulto)	-Hace instantes -Burgomaestre	-Informativo -Noticiero -Música: Folklorica, Tekno cumbias, Chichas

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Determinar el nivel académico de los locutores y periodistas.

CUADRO 5

N°	CI	f	Pm	f*pm
1	21-24	6	18.5	111.0
2	17-20	7	14.5	101.5
3	13-16	16	14.5	232.0
4	9-12	12	10.5	126.0
5	5-8	13	6.5	84.5
6	1-4	9	2.5	22.5
TOTAL	I=4	63	67	677.5

Elaboración: El ejecutor

$$M = \frac{\sum f * pm}{\sum f}$$

$$M = \frac{677.5}{63} = 10.75$$

CUADRO 6

Nº	CI	f	d	Fd	fd
1	21-24	6	2	12	24
2	17-20	7	1	7	7
3	13-16	16	0	0	0
4	9-12	12	-1	-12	12
5	5-8	13	-2	-26	52
6	1-4	9	-3	-27	81
TOTAL	I=4	63		-46	176

Elaboración: El ejecutor

$$DS = i \sqrt{\frac{\sum fd^2}{N} - \left| \frac{\sum fd}{N} \right|^2}$$

$$DS = 4 \sqrt{\frac{176}{63} - \left| \frac{-46}{63} \right|^2}$$

$$DS = 6.014$$

Hallando la zona de normalidad de la distribución para lo cual hallaremos lo puntos críticos (PC1, PC2) o puntos límites de dicha zona de normalidad (ZN).

$$PC1 = M - DS$$

$$PC1 = 10.75 - 6.01 = 4.74$$

$$PC2 = M + DS$$

$$PC2 = 10.75 + 6.01 = 16.76$$

Es decir la normalidad va desde 5 hasta 17

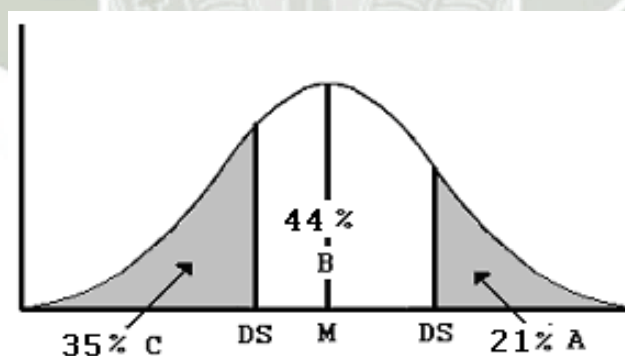
CUADRO 7

N°	CI	F		
1	21-24	6	A	13 periodistas 21%
2	17-20	7		
3	13-16	16	B	ZN = 28 periodistas 44%
4	9-12	12		
5	5-8	13	C	22 periodistas 35%
6	1-4	9		
TOTAL	I=4	63		

Elaboración: El ejecutor

Construyendo el polígono de frecuencias y determinado el porcentaje de los datos que abarca dentro de sus límites.

FIGURA DEL CUADRO 7



Interpretación

Los niveles académicos de los locutores y periodistas son:

El 21% de los locutores y periodistas tiene un nivel académico superior al promedio, tiene estudios superiores relacionados a la carrera de periodismo.

El 44% de los locutores y periodistas tiene un nivel académico normal o promedio, tienen estudios superiores en diferentes carreras menos la carrera de periodismo

El 35% de los locutores y periodistas tiene un nivel académico inferior al promedio, no cuentan con estudios superiores de ningún tipo de las carreras profesionales.

Coefficiente de Variabilidad

$$CV = \frac{100(DS)}{M}$$

$$CV = \frac{100 * 6.01}{10.75} = 59.9$$

El valor del coeficiente de variabilidad es de 59.9 mayor al límite de 33% por lo tanto la distribución de nuestros datos no son homogéneos.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3.-Identificar el tipo de comunicadores sociales, que emiten con frecuencia las palabras vulgares.

CUADRO 8

Tipo de comunicadores sociales que emiten con frecuencia palabras vulgares

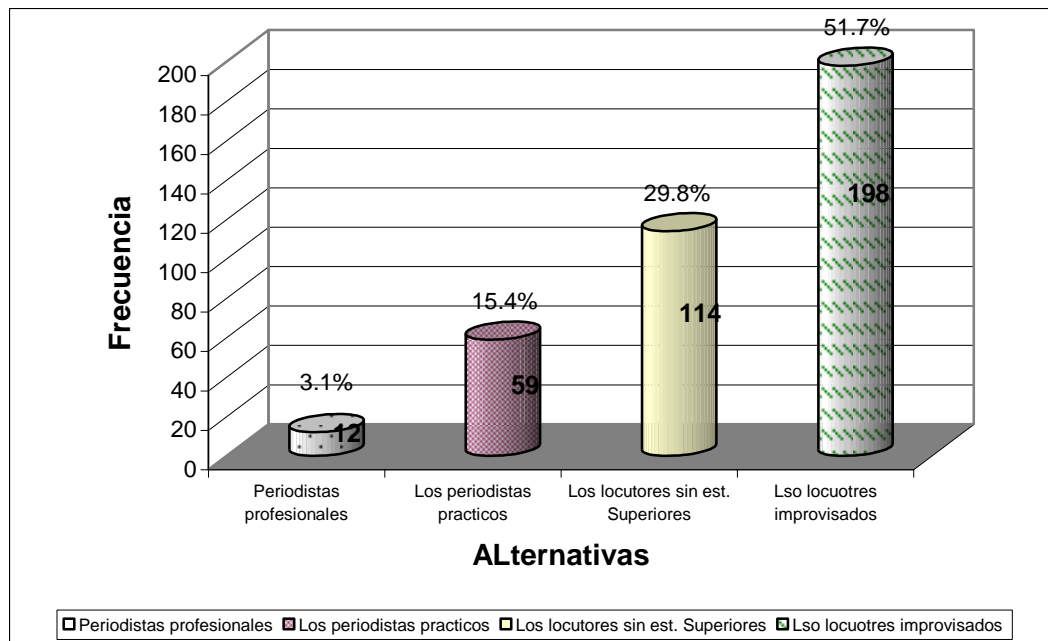
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periodistas profesionales	12	3.1
Los periodistas prácticos	59	15.4
Los locutores sin Est. Superiores	114	29.8
Los locutores improvisados	198	51.7
TOTAL	383	100.0

Fuente: Cuestionario

Elaboración: El ejecutor

GRÁFICA DEL CUADRO 8

Tipo de comunicadores sociales que emiten con frecuencia palabras vulgares



Fuente: Cuadro 8

Elaboración: El ejecutor

INTERPRETACIÓN

En el cuadro anterior, observamos que de un total de 383 encuestado; 198 radioyentes con un 51.7% opinan que los locutores improvisados son los que emiten con frecuencia palabra o frases con un lenguaje vulgar; 114 radioyentes con un 29.8% manifiestan que los locutores sin estudios superiores son los que emiten con frecuencia palabra o frases con un lenguaje vulgar; y 59 radioyentes con el 15.4% opinan que los locutores prácticos emiten en algunas veces palabras o frases con un lenguaje vulgar, finalmente 12 radioyentes que hacen un 3.1 % opinan que los periodistas profesionales de vez en cuando emiten palabras o frases con un lenguaje vulgar.

El cuadro nos muestra que 198 radioyentes con un 51.7% nos indica que la mayoría de los radioyentes manifiestan que los locutores improvisados son los que frecuentan con la emisión de palabras y frases vulgares.

OBJETIVO ESPECIFICO N 4: Identificar en qué tipo de programas radiales se manifiestan más el lenguaje vulgar.

CUADRO 9

Tipo de Programas radiales en que se manifiestan con frecuencia el lenguaje vulgar

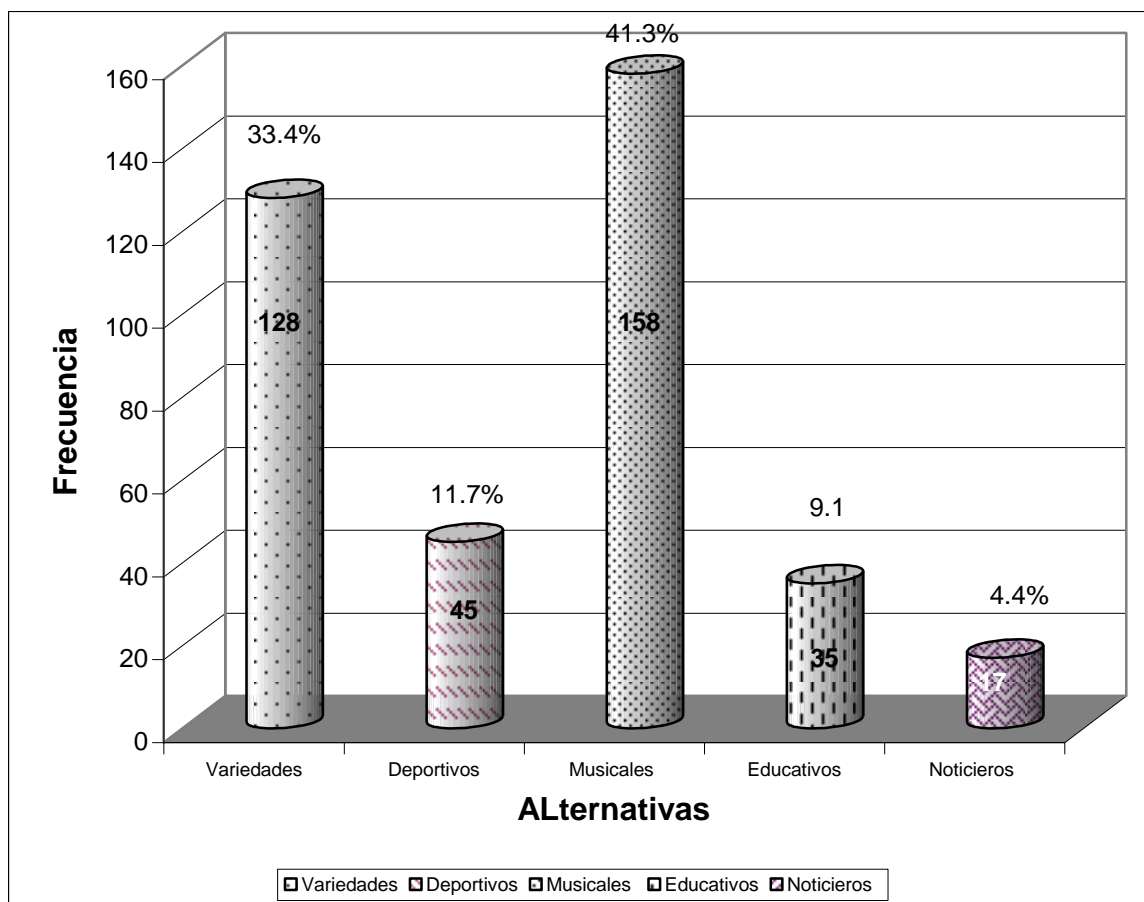
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedades	128	33.4
Deportivos	45	11.8
Musicales	158	41.3
Educativos	35	9.1
Noticieros	17	4.4
TOTAL	383	100.0

Fuente: Cuestionario

Elaboración: El ejecutor

GRÁFICA DEL CUADRO 9

Tipo de Programas radiales que manifiestan con frecuencia el lenguaje vulgar



Fuente: Cuadro 9

Elaboración: El ejecutor

INTERPRETACIÓN

En el cuadro 9, observamos que de un total de 383 encuestado; 158 radioyentes con un 41.3% manifiestan que los programas musicales son los que con frecuencia emiten palabras o frases vulgares; 128 radioyentes con un 33.4% manifiestan que los

programas de variedades emiten palabras vulgares; 45 radioyentes con el 11.7% opinan que los programas deportivos emiten palabras o frases vulgares, y 35 radioyentes con el 11.7% opinan que los programas educativos emitidos en la provincia de San Román emiten palabras o frase vulgares, finalmente 17 radioyentes que hacen un 3.9 % manifiestan que los noticieros emiten algunas palabras vulgares.

El cuadro nos muestra que 158 radioyentes con un 41.3% programas musicales y 128 radioyentes con un 33.4% programas de variedades son lo que con frecuencia emiten palabras y/o frases vulgares.

OBJETIVO ESPECIFICO N 5: Determinar la forma de selección y control de los locutores y periodistas por parte de los administradores de las radioemisoras.

CUADRO 10

N°	CI	f	Pm	f*pm
1	17-20	6	18.5	111.0
2	13-16	9	14.5	130.5
3	9-12	22	10.5	231.0
4	5-8	18	6.5	117.0
5	1-4	8	2.5	20.0
TOTAL	i=4	63	52.5	609.5

Elaboración: El ejecutor

$$M = \frac{\sum f * pm}{\sum f}$$

$$M = \frac{609.5}{63} = 9.67$$

CUADRO 11

N°	CI	f	d	Fd	fd ²
1	17-20	6	2	12	24
2	13-16	9	1	9	9
3	9-12	22	0	0	0
4	5-8	18	-1	-18	18
5	1-4	8	-2	-16	32
TOTAL	i=4	63		-13	83

Elaboración: El ejecutor

$$DS = i \sqrt{\frac{\sum fd^2}{N} - \left| \frac{\sum fd}{N} \right|^2}$$
$$DS = 4 \sqrt{\frac{83}{63} - \left| \frac{-13}{63} \right|^2}$$
$$DS = 4.516$$

Hallando la zona de normalidad de la distribución, para lo cual hallaremos los puntos críticos (PC1, PC2) o puntos límites de dicha zona de normalidad (ZN).

$$PC1 = M - DS =$$

$$PC1 = 9.67 - 4.52 = 5.15$$

$$PC2 = M + DS$$

$$PC2 = 9.67 + 4.52 = 14.19$$

Es decir la normalidad va desde 5 hasta 15

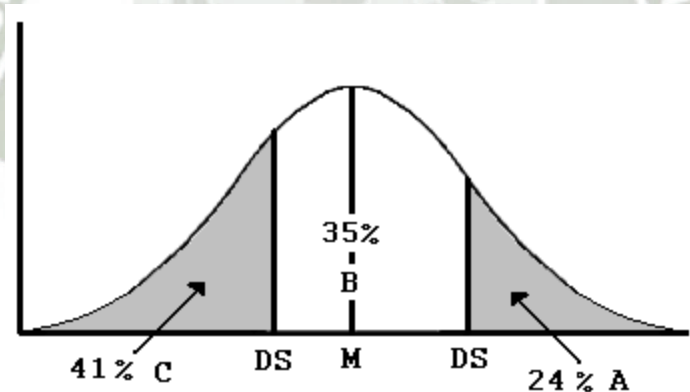
CUADRO 12

N°	CI	F		
1	17-20	6	A	15 administradores 24%
2	13-16	9		
3	9-12	22	B	22 administradores 35%
4	5-8	18	C	26 administradores 41%
5	1-4	8		
TOTAL	I=4	63		

Elaboración: El ejecutor

Construyendo el polígono de frecuencias y determinado el porcentaje de los datos que abarca dentro de sus límites.

FIGURA DEL CUADRO 12



- El 24% de los administradores, si seleccionan bien y verifican constantemente a sus locutores y periodistas; se preocupan por el cumplimiento de sus responsabilidades administrativas y académicas respecto al promedio.
- El 35% de los administradores, seleccionan y verifican en forma normal a sus locutores y periodistas; están pendientes de que cumplan

sus responsabilidades administrativas y académicas respecto al promedio.

- El 41% de los administradores no seleccionan, no verifican, ni les interesa que sus locutores y periodistas cumplan sus responsabilidades administrativas y académicas respecto al promedio. Estos comunicadores sociales, improvisan sus programas, hablan sin libreto, sino de memoria. Todo escrito es siempre mejor y cuidadosamente elaborado; en cambio, el hecho de hablar o comunicar verbalmente, tiende a incurrir en faltas de la correcta forma de hablar que exige la gramática española.

Coefficiente de Variabilidad

$$CV = \frac{100(DS)}{M}$$

$$CV = \frac{100 * 4.52}{9.67} = 46.74$$

El valor del coeficiente de variabilidad es de 46.74 mayor al límite de 33% por lo tanto la distribución de nuestros datos no son homogéneos

COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS PLANTEADAS

La hipótesis general planteada y contrastada con la realidad social, arroja como resultado que, el lenguaje vulgar de los locutores y periodistas influyen en la educación lingüística de los oyentes en un 17 %, esta conclusión es el resumen de las encuestas aplicadas a una muestra de 383 pobladores de un total de 144,316, que corresponden a la provincia de San Román, distribuidas en sus cuatro distritos, seleccionados a través del sistema de muestreo probabilístico aleatorio simple. La hipótesis: “El lenguaje vulgar de los locutores y periodistas, influye en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román-Puno-2006”, como una respuesta anticipada está comprobada y validada, no solo con los resultados de las encuestas aplicadas a los pobladores, administradores de las radios y periodistas, sino también a través de las entrevistas, grabaciones en cinta magnetofónica de los programas donde se manifiestan con más frecuencia los vulgarismos y, registradas en una lista las palabras y frases vulgares que emiten los comunicadores sociales, las mismas que son repetidas por los oyentes en su comunicación diaria. No será muy alta su influencia, pero influye.

Los vulgarismos que los comunicadores sociales emiten ---cuya lista esta adjunta en su correspondiente página--- son en el orden siguiente:

1.- Vulgarismos en el campo fónico, el 48 %. Estos vulgarismos son expresados en sus cuatro formas:

- Por el cambio de posición de fonemas. Ej. *haiga* por *haya*.
- Por las alteraciones vocálicas. Ej. *campión* por *campeón*
- Por la ultracorrección. Ej. *cosmópólita* por *cosmopolita*
- Por la permutación de los fonemas. Ej. *interperie* por *intemperie*

2.-Vulgarismos en el plano morfológico, el 31.1 %, en tres formas siguientes:

- Por el cambio de género. Ej. *la tema* por *el tema*
- Por las formas pronominales incorrectas. Ej. *vanan* hacer por *van a hacer*
- Por alteraciones verbales. Ej. *venguen* por *vengan*

3.-Vulgarismos en el plano sintáctico, el 17.8 %, en dos formas:

- Por las concordancias incorrectas. Ej. *cinco horas de la mañana* por cinco horas o puede decirse, cinco de la mañana
- Por la discordancia. Ej. la norma es *claro* por la norma es clara

4.-Vulgarismos en el plano léxico semántico, el 3.1 %, en dos formas:

- Por las partículas o formas de empleo arcaicos. Ej. *en acá* por acá
- Por el empleo de palabras mal sonantes. Ej. *en denantes* por hace instantes

Los locutores principalmente, al hablar frente a los micrófonos de las radioemisoras lo hacen sin libreto, lo que les permite incurrir fácilmente en expresar palabras vulgares que van en contra de las reglas gramaticales españolas.

Los locutores y no los periodistas a que hacemos referencia con su mal lenguaje, no tienen estudios superiores de ningún tipo de las carreras profesionales, vale decir que tienen solo quinto de secundaria y tienen por lengua materna el quechua o el aymara, que pueda influirle en su dicción, y es más, son improvisados para tan alta responsabilidad de docencia desde los micrófonos.

Ellos, los locutores sin estudios superiores (29.8 %) e improvisados (51.7 %), hacen el 81.5 %, conducen programas musicales e informativos al amanecer, al atardecer y los días sábados y domingos. Solo el 3.1 % son periodistas profesionales y el 15.4 % son prácticos, vale decir que son profesores, ingenieros o de otra carrera pero son confiables en cuanto a su buen manejo lingüístico.

Entre todos los programas radiales que se emiten llámese, deportivos, educativos o noticieros, son en los programas musicales (41.3 %) como: huayños, “tekno huayños”, “tekno cumbias”, música “chicha”, donde se emiten con más frecuencia, el lenguaje vulgar y, precisamente, son conducidos por locutores sin preparación académica e improvisados. En los programas llamados variedades, donde se hace música con la participación de la población a través del teléfono,

también se detectan vulgarismos. Los horarios de salida de estos programas son al amanecer, de 10 a 12 horas y de 14 a 17 horas.

Los administradores de las radioemisoras de Juliaca, no seleccionan bien a sus locutores y periodistas para que conduzcan los programas de manera profesional; y después de confiar la conducción de algún programa, no hacen supervisiones o monitoreos, dejando hablar de memoria y no sujetos a libretos que implicaría el buen manejo del español, el interés del mejor ingreso económico y también la calidad de programas radiales.

El hecho de ser una ciudad pluricultural donde se practica la interculturalidad, no implica que deban hablar como sea y que los demás escuchen y asimilen como correctas las vulgaridades. De los comunicadores sociales se espera por lo menos el lenguaje del nivel medio si no lo es del nivel culto, pero no el nivel vulgar, que deforma la educación lingüística de los oyentes que son niños en edad escolar y demás ciudadanos que confían en los comunicadores sociales.

CONCLUSIONES

PRIMERA.- Se determina que, de una muestra de 383 encuestados de un universo de 144,316 pobladores de la provincia de San Román, en un 17%, el lenguaje vulgar de los locutores y periodistas influye en la educación lingüística de los oyentes de las radioemisoras de la provincia de San Román-Puno en el año 2006. Vale decir que, el lenguaje vulgar emitido por los locutores y periodistas influye en un 17% en la buena educación lingüística de los oyentes; mientras tanto, el 57% de los locutores y periodistas tiene un nivel de influencia normal con respecto al promedio y el 26% de ellos, tiene un nivel bajo de influencia para con los radioyentes respecto al promedio.

SEGUNDA.- Se identificaron las palabras y frases vulgares, expresadas por los locutores y periodistas en el lenguaje diario de los oyentes. Las incorrecciones lingüísticas, se manifestaron en el plano **fónico** con un 48%, en el plano **morfológico** en un 31.1%, en el plano **sintáctico** en un 17.8% y, en el plano **léxico semántico** en un 3.1%.

Con más incidencia, son en los sonidos de la cadena de palabras donde se expresaron los vulgarismos (fónico); en seguida, las incorrecciones están en el mal hablado de las formas y las transformaciones de las palabras (morfológico); y, en la falta de concordancia de las oraciones (sintáctico)

TERCERA.- Los locutores y periodistas radiales de la provincia de San Román, en un 44% de nivel académico normal o promedio, tienen estudios superiores en

diferentes carreras menos la carrera de periodismo; mientras tanto el 21% tiene un nivel académico superior al promedio, tiene estudios superiores relacionados a la carrera de periodismo y el 35% tiene un nivel académico inferior al promedio, no cuentan con estudios superiores de ningún tipo de las carreras profesionales.

CUARTA.- Las palabras y frases vulgares son emitidas en un 51.7% por los locutores improvisados, que los administradores de las radioemisoras han permitido hacer uso de los micrófonos; luego, en un 29.8% expresan vulgarismos, los locutores sin estudios superiores; en un 15.4 %, los periodistas prácticos y; un 3.1%, los periodistas profesionales.

QUINTA.- Se identificó que, en un 41.3% son en los programas musicales donde se manifiestan con frecuencia el lenguaje vulgar. Entre los programas musicales están los huayños, tekno huayños, chichas, tekno cumbias, animados por locutores improvisados y sin preparación académica.

En el siguiente orden están los programas donde se emiten también los vulgarismos: Variedades en un 33.4 %; deportivos en un 11.7%; educativos en un 9.1%. En este aspecto, son en los programas informativos de las instituciones educativas; y, en los noticieros en un 4.4%, un porcentaje mínimo, donde precisamente están los periodistas selectos.

SEXTA.- Los administradores de las radioemisoras de la provincia de San Román, en un 41% no seleccionan bien, ni verifican la labor de sus locutores y periodistas. Los comunicadores sociales, a falta de control, improvisan sus programas hablando de memoria, sin libreto ni un esquema predefinido.

Sin embargo, un 35 % de los administradores, seleccionan y verifican la labor de sus locutores y periodistas en forma normal; y, un 24 % de los administradores si se preocupan en seleccionar y controlar a sus comunicadores sociales, entendiendo que esa buena selección y control, implica el manejo profesional de sus espacios radiales antes que el interés económico.

SUGERENCIAS

PRIMERA.- Los administradores de las radioemisoras, deben seleccionar cuidadosamente a sus locutores y periodistas. Esta selección implica tomar en cuenta la preparación académica, la voz radiofónica y buen léxico de los comunicadores sociales, que van a conducir un espacio radial con gran capacidad de educación lingüística. Deben prestar mayor atención a los productores de programas de huayño, “tekno huayno”, “chichas”, cumbias y “tekno cumbias”.

SEGUNDA.- Los comunicadores sociales, deben manejar sus espacios radiales o periodísticos de manera profesional, elaborando guiones o libretos, antes de la emisión de sus programas, para evitar vicios lingüísticos que siempre se presentan cuando se habla de memoria.

TERCERA.- Los gremios periodísticos como la Asociación Nacional de Periodistas del Perú filial Juliaca (ANP), la Federación de Periodistas del Perú filial Juliaca (FPP), el Círculo de Periodistas Deportivos (CPD) y la Asociación de Locutores de la provincia de San Román, deben realizar eventos de capacitación y actualización de sus afiliados, incluyendo en sus temarios, la importancia del lenguaje hablado.

CUARTA.- Se sugiere, que los gremios periodísticos existentes, deben formar un comité de deontología, para velar por la profesión periodística y la práctica de la ética y la moral periodística.

QUINTA.- La Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) de la provincia de San Román, por intermedio de sus especialistas del área Comunicación Integral y Ciencias Sociales; el Concejo Municipal a través de su regidor de Educación, Cultura y Deportes; y el Instituto Nacional de Cultura de Puno, ante la ausencia de esta institución en la ciudad de Juliaca; deben fiscalizar a los administradores o dueños de las empresas radiodifusoras, el buen manejo de la lengua española, puesto que, los locutores y periodistas asumen la labor pedagógica desde los micrófonos.

SEXTA.- El sindicato Unitario de Trabajadores en la Educación (SUTE), a través de su secretario de asuntos pedagógicos y, las Asociaciones de padres de familia de las instituciones educativas, deben sugerir a los periodistas y administradores de los medios de comunicación, el buen uso del lenguaje hablado, porque son ellos los oyentes, incluido los escolares de toda edad, en los que repercute la educación lingüística emitida desde los medios de comunicación social.

BIBLIOGRAFÍA

- AFANASIEV. V, **Manual de Filosofía**, Lima, Edit. Latinoamericana, 1988.
- A. PETRANO, Luis. **Educación y Comunicación Popular en el Perú**.1988.
- ACOSTA, Leonard. **Medios Masivos e Ideología**, Abana, Edit. Casa de las Américas, 1973.
- BERMEJO PAREDES, Saúl. **Fundamentos y Bases de la Política de Educación Intercultural Bilingüe**, separata en el curso taller de capacitadotes y formadores en ecuación intercultural bilingüe, llevado a cafo en el Instiuto Superior Pedagógico Público de Juliaca del 12 al 15 de febrero del 2007. Págs.13.
- BERLO, David, **El Proceso de la Comunicación**, Bs.As, Edit. Ateneo, 1973
- BERLO, David, **Proceso de la Comunicación**, Bs.As, Edit. Ateneo, 1984
- CALLA PAREDES, Nicolás. **Lenguaje**, UNSA, Arequipa, 1987, págs.122
- CALERO PEREZ, Mavilo, **Periodismo aplicado a la Educación**, Lima, Edit. Printed in Perú, 1992
- CARDOSO MONTOYA, César A., ZUNINI CHIRA, Walter. **Taller de Investigación II**, Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, 2006.
- ECO, Humberto. **Como se hace una tesis**, España, Edit. Gedisa, 1992. Págs.267.
- GAGUREVCHI, Juan, “Introducción a la Historia de los Medios de Comunicación en el Perú”, Lima, Edit, Horizonte, 1979.
- GARCÍA VASQUEZ, Lilly. **Teoría de la Comunicación**, Antología, producido

- en la Universidad San Luis Gonzaga de Ica, 1988. Págs. 172.
- GERACO LARUGA, Frank, **Comunicación Horizontal**, Lima, Edit. Universo, 1989.
- GODENZZI, Juan Carlos. **Aprendiendo del Lenguaje: La educación bilingüe en el Perú**, ponencia, en el libro de ponencias del I congreso Internacional de Formación de Formadores, Instituto Superior “La Salle” Urubamba, 2000
- GOMERO CAMONES, Guillermo; MORENO MAGUIÑA, José; Editor responsable. **Proceso de la Investigación científica**, Edit. Fakir Editores, 1997. Págs. 288.
- GONZALES PASTOR, Pedro Luis, **Iniciación Lingüística**, Arequipa, Ediciones CODISA, Págs. 322
- HERNANDEZ SAMPIERE, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar. **Metodología de la Investigación**, México, edición, MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2003, tercera edición, Págs.705.
- LORA CAM, José F.W., **Filosofía**, Arequipa, Edit. Librería imprenta Líder, 1986, Págs.266
- MAMANI ARUQUIPA, Hugo F. **Gramática Quechua**, Separata en el curso taller de capacitados y formadores en educación intercultural bilingüe, I.S.P.P Juliaca del 12 de enero al 5 de febrero-2007 Págs. 49.
- MARTINEZ, Lourdes. **Razón y Palabra**, [http:// www.razónypalabra.org.m](http://www.razónypalabra.org.m). (diciembre 2004-enero 2005).
- ORBEGOZO VILLAFANE, Enrique J. **Introducción a las Ciencias Sociales**, Ministerio de Educación, 1986.
- ORRILLO, Winston, **Imperialismo y Medios de Comunicación**, Lima, Edit. Causachun, 1983, tercera edición.
- PONCE, Anibal, **Educación y Lucha de Clases**, Lima, Edit.Printed in Perú, 1971
- QUIROZ, María Teresa, **Todas las voces, Comunicación y Educación en el Perú**, Universidad de Lima. 1991.
- QUIRÓZ SÁNCHEZ, Eduardo, **Patología de la Redacción Periodística**,

Trujillo, 1988, Edit.Libertad EIRL, Págs. 246.

ROJAS HONORIO, Jaime. **Relaciones Humanas**, Facultad de Administración de la Universidad San Luis Gonzaga de Ica, Págs, 94.

ROMERO, Rodolfo. **Mundialización, Globalización desde la Perspectiva de los Trabajadores**, separata producida por la Central Latinoamericana de Trabajadores CLAT-CM, Venezuela, 2003, Págs. 46

ROSAS VALDIVIA, J.R. **Lenguaje y Literatura**, Arequipa, 1994, Págs. 198.

ROSENTAL IUDIN, Diccionario Filosófico

SANCHEZ GUZMAN, José, **Publicidad y Cultura de Masas**, Montevideo, Edit. Universal, 1990.

SANCHEZ LIHON, Danilo. **Teoría y Práctica de la Información**, Lima, CONCYTEC, 1988, segunda edición, Págs.189.

TAUFIC, Camilo, **Periodismo y Lucha de Clases**, Lima, Edit. Causachun, 1983.

UCULMANA Charles - LANCHIPA Alberto. **Cómo hacer Tesis y Trabajos de Investigación**, Lima, Impresión Donato Vargas, 2000, Págs. 106
Ley General de Educación, Ley N° 28044 y sus reglamentos.

INTERNET. “<http://es.wikipedia.org/wiki/vulgarismo>”

Proyecto Nacional de Emergencia Educativa, D.S. 029-2003-ED

Separata: **Diseño y Gestión de Proyectos de Investigación**, del Programa de Maestría en Educación con Mención en Docencia e Investigación en Educación Superior de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.



ENCUESTA A LOS ADMINISTRADORES DE LA RADIO

A usted señor administrador (a), le ruego que conteste las preguntas con seriedad, marcando con una equis (x) la alternativa que crea conveniente; puesto que esta encuesta es para un trabajo de investigación universitaria. GRACIAS.

1. ¿Qué grado de instrucción tienen como promedio sus comunicadores sociales?
 - a) Son periodistas con estudios en el ramo
 - b) Son periodistas prácticos con estudios en otras especialidades
 - c) Son periodistas prácticos con quinto de secundaria
 - d) Son locutores con algunos años de estudios en la universidad
 - e) No sé los grados de instrucción
2. Los locutores que trabajan en su emisora son seleccionados cuidadosamente?
 - a) Sí
 - b) A veces
 - c) No
3. Cuando usted otorga en contrato un espacio de la radio, exige que el conductor del programa sea bien preparado lingüísticamente?
 - a) Sí
 - b) A veces
 - c) No
 - d) No opino
4. ¿Hablan con libreto preparado sus locutores?
 - a) Sí
 - b) A veces
 - c) No

5. ¿Están educados lingüísticamente sus comunicadores sociales?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

6. ¿Crees usted que los oyentes de la radio aprenden las palabras vulgares del comunicador social?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

7. Mencione usted algunas de esas palabras vulgares

.....

.....

.....

.....

ENCUESTA A LOS COMUNICADORES SOCIALES

Señor (ita), le ruego que conteste estas preguntas con mucha seriedad, marcando con aspa la alternativa conveniente o escribiendo en los renglones vacíos. Esta encuesta es para fines de la investigación universitaria. GRACIAS.

1. ¿Qué programa conduce usted?

- a) Informativo
- b) Musical
- c) Deportivo
- d) Otro. Mencione.....

2. ¿En qué horario produce usted su programa?

- a) De 3 a 6 horas
- b) De 6 a 10 horas
- c) De 10 a 12 horas
- d) De 12 a 17 horas
- e) De 17 a 19 horas
- f) De 19 a 22 horas

3. ¿Qué instrucción tiene usted ?

- a) Secundaria completa
- b) Estudios universitarios no concluidos
- c) Estudios de periodismo
- d) Estudios universitarios en otra carrera

4. ¿Cree usted que las comunicaciones radiales influyen en la educación lingüística de los oyentes?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

5. Para usted ¿el lenguaje vulgar del comunicador social emitido desde la radio es aprendido por los oyentes?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

6. Los oyentes aprenden las palabras mal expresadas por el locutor o periodista, ¿puede usted mencionar algunas de esas palabras?

.....
.....

7. Entre los comunicadores sociales, ¿cuál de ellos incurre más con los vulgarismos?

- a) Periodistas profesionales del ramo
- b) Periodistas prácticos pero que son profesionales en otro ramo
- c) Locutores que no tienen estudios superiores
- d) Otro. Especifique:.....

ENCUESTA A LOS POBLADORES

Hombre () Mujer ()

Provincia de San Román, Distrito de.....Barrio.....

Señor (a) (ita), le ruego que conteste usted las preguntas con mucha seriedad, marcando con una equis la respuesta que crea por conveniente o escribiendo en los puntos suspensivos; porque es para un estudio de investigación universitaria.

GRACIAS.

1. La radio:

- a) Educa
- b) Informa
- c) Entretiene
- d) Acompaña

2. ¿Cuántas horas como promedio escucha usted la radio durante el día?

- a) 1 hora
- b) 2 horas
- c) 3 horas
- d) 4 horas
- e) Más de 5 horas

3. ¿Qué emisora radial es de su preferencia?

- a) Radio Juliaca
- b) Radio Sol de los Andes
- c) Radio Qollasuyo
- d) Radio Sudamericana
- e) Radio Perú
- f) Radio Líder
- g) Radio Fama
- h) Radio Onda Azúl de Puno
- i) Radio Pachamama de Puno
- J) Radio Programas de Lima
- k) CPN Radio de Lima
- l) Otra:.....

4. ¿Qué programas escucha con más frecuencia?

- a) Noticieros
- b) Educativos
- c) Musicales
- d) Deportivos
- e) Variedades
- f) Otro. Especifique:.....

5. ¿Considera usted que los locutores y periodistas educan lingüísticamente a sus oyentes desde la radio?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

6. Cree Ud. que los locutores o periodistas de radio hablan:

- a) Con un libreto preparado
- b) Sin libreto
- c) Sólo de memoria
- d) De memoria y combinan con la lectura de algunos escritos

7. ¿Los oyentes de la radio aprenden las palabras vulgares del locutor?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No
- d) No se

8. ¿Qué palabras o frases vulgares recuerda usted que hablan los periodistas?

.....

.....

.....

.....

9. ¿Qué días escucha más el lenguaje vulgar de los locutores y periodistas?

- a) De lunes a viernes
- b) Sábados y domingos
- c) Todos los días

10. ¿En qué horario?

- a) De 3 a 6 horas
- b) De 6 a 10 horas
- c) De 10 a 12 horas
- d) De 12 a 17 horas
- e) De 17 a 19 horas
- f) De 19 a 22 horas

11.-Para usted ¿quiénes son los que desde la radio expresan mal las palabras que repercuten en la educación lingüística de los oyentes?

- a) Los periodistas profesionales
- b) Los periodistas prácticos
- c) Los locutores sin estudios superiores
- d) Los locutores improvisados

12.¿De qué manera cree usted se podría mejorar la educación lingüística de los locutores?

- a) No se puede porque depende de los dueños de la radio
- b) Si seleccionan bien a los locutores o periodistas
- c) Si las autoridades educativas los controlan bien
- d) Si se dicta una ley que obligue el buen manejo lingüístico
- e) Otro. Especifique.....

13. Para usted ¿quién debe controlar la calidad lingüística de los locutores y periodistas?

- a) Los administradores de las radioemisoras
- b) Los gremios periodísticos (ANP, Federación, Círculo)
- c) El Instituto Nacional de Cultura
- d) La UGEL
- e) La municipalidad
- f) Otro.....

14. ¿Cuál es su lengua materna?

- a) Quechua
- b) Aymara
- c) Español

